

**Издательский дом «Плутон»**

**Журнал об экономических науках «Бенефициар»**

**ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431**

**УДК 378.001**

**IX Международная научная конференция  
«Современная экономика»**

**СБОРНИК СТАТЕЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

**ISBN 978-5-9907998-6-8**

**18 февраля 2017**

Кемерово

СБОРНИК СТАТЕЙ ДЕВЯТОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ  
КОНФЕРЕНЦИИ «СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА»

18 февраля 2017 г.

ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431

ISBN 978-5-9907998-6-8

Кемерово УДК 378.001. Сборник докладов студентов, аспирантов и профессорско-преподавательского состава. По результатам VI Международной научной конференции «Современная экономика», 18 февраля 2017 г. / Редкол.:

П.И. Никитин - главный редактор, ответственный за выпуск.

Д.С. Лежнин - главный специалист центра кластерного развития ОАО «Кузбасский технопарк», ответственный за первичную модерацию, редактирование и рецензирование статей.

Л.Г. Шутько - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики КузГТУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Л. Л. Самородова - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики КузГТУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Е. Ю. Доценко - кандидат экономических наук, доцент кафедры политической экономики и истории экономической науки, Москва, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Долбня Николай Владимирович - доктор экономических наук, профессор ВАК, профессор Кубанского социально-экономического института.

Джумабеков Кудайберген Уразбаевич - кандидат экономических наук, доцент кафедры "Технологии и экология" Школы права и социальных наук АО "Университет "НАРХОЗ";

Арутюнян Ирэна Вазгеновна - кандидат технических наук, доцент, зав. кафедрой экономики, управления и информационных технологий, Университет Месроп Маштоц

Полесская Ольга Петровна - кандидат экономических наук, Брянский Государственный университет имени академика И.Г. Петровского (БГУ)

А.О. Сергеева - ответственный администратор[и др.];

В сборнике представлены материалы докладов по результатам научной конференции.

Цель – привлечение студентов к научной деятельности, формирование навыков выполнения научно-исследовательских работ, развитие инициативы в учебе и будущей деятельности в условиях рыночной экономики.

Для студентов, молодых ученых и преподавателей вузов.

## Оглавление

1. ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF FIXED ASSETS IN THE AGRIBUSINESS.....	3
<b>Moiseeva A. A.</b>	
2. РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИМ БАНКОМ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ.....	6
<b>Незаметдинова Э.В.</b>	
3. ДОМИНИРУЮЩИЕ ОСНОВАНИЯ ОТЗЫВОВ БАНКОВСКИХ ЛИЦЕНЗИЙ БАНКОМ РОССИИ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	13
<b>Бабанова Ф.Р., Изгагина Т.В., Полякова А.В.</b>	
4. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ.....	19
<b>Синицына Т.Ю., Левшукова О.А.</b>	
5. МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА РАБОТНИКОВ ТОРГОВЛИ.....	24
<b>Лифанова С.А., Николаева С.А.</b>	
6. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЯСНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ.....	26
<b>Лифанова С.А., Егорова Е.К.</b>	
7. ЛОЯЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА И МЕТОДЫ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ.....	29
<b>Лифанова С.А., Капуста А.С.</b>	
8. АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ.....	34
<b>Ворничес М. В.</b>	

**Моисеева Анастасия Александровна**

**Moiseeva Anastasiya Aleksandrovna**

undergraduate

The Russian state agricultural university -

of name K.A. Timiryazeva, Moscow. E-mail: [anastasia\\_moss@mail.ru](mailto:anastasia_moss@mail.ru)

УДК 33

## **ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF FIXED ASSETS IN THE AGRIBUSINESS**

**Annotation:** The article investigates the characteristics of the analysis of efficiency of use of fixed assets in agriculture. Marked difficulties associated with traditional analysis tools. The necessity and appropriateness of the accounting structure of fixed assets of agricultural enterprises, in the analysis of their effectiveness. There is the integrated indicator reflecting not only the characteristics of fixed assets, but also the position of the company on the market.

**Keywords:** agriculture, analysis, efficiency, fixed assets.

In modern conditions of economy of the agrarian and industrial complex enterprise have to pay special attention to increase in production efficiency and competitiveness of the made production and services. Increase in production is possible on condition of the rational level of development of material and technical resources and its main link - the fixed business assets [1].

From that how optimum and effective the structure of fixed assets of the enterprise as far as they correspond to the directions of specialization of production is, the financial condition of branch, a possibility of attraction of the credits and investments and development of agrarian commercial activity depends [2].

Today in the conditions of an economic crisis the special part is assigned to qualitative characteristics and quantitative structure of the business assets making material resources of branch. High security of the enterprises with material resources promotes effective use of current assets, increase in labor productivity, a growth in volumes of production and decrease in product cost. Thus, the great value acquires the analysis of efficiency of use of fixed assets in the agrarian and industrial complex considering modern market requirements.

The problem of efficiency of use of the fixed business assets was studied by many outstanding scientists and economists. The special contribution to development of this problem was made A. Smith, A. Marshall, A. Carter, etc. In G. Kupalov, I. Lazarishin, A. Sheremet's works, the special place is allocated to studying of questions of security and updating of fixed assets of the agrarian enterprises.

However the existing number of problems of the organization and techniques of assessment of use of fixed assets of agrarian and industrial complex demands further profound developments. Thus, the carried-out analysis of scientific heritage confirms lack of system approach to studying of problems of effective use of fixed assets of agricultural enterprises and to questions of their rational structure.

Respectively, today in the conditions of an economic crisis topical issue of need of development of modern methods of a research of features of carrying out the analysis of efficiency of use of business assets for agrarian and industrial complex, and also developments of practical

recommendations about improvement of analytical procedures according to requirements of the market.

Efficiency of fixed assets is a result in the form of the gained effect which corresponds to the spent resources [3].

For today there is a set of approaches to assessment of efficiency of use of fixed assets of the enterprise. Some scientists consider that efficiency of use of fixed assets can be characterized system of indicators of two groups: in the first group indicators of efficiency of reproduction of fixed assets, and enter the second - indicators of use of fixed assets [4].

However, many researchers and economists as criterion of efficiency of use of business assets allocate a products growth in volumes.

Foreign scientists for definition of efficiency of fixed assets, use system of natural and cost indexes, and also correlate estimates of growth rates of production and growth rates of volume of fixed assets, armaments of work and productivity [5].

The existing approaches and indicators are widely applied to the analysis of efficiency of use of fixed assets in agrarian and industrial complex, but at the same time some of them can distort results owing to specifics of activity of a complex.

Thus, if to count in the course of the analysis of efficiency of use of fixed assets in agrarian and industrial complex such indicators as capital productivity of the fixed business assets, capital productivity of an active part of fixed assets, a capital intensity, a capital-labor ratio, then it can lead to understating of accuracy of results. This fact is connected with the fact that, for example, the capital productivity indicator for the agrarian and industrial complex enterprises has a number of essential shortcomings as its value depends on pricing both on production means, and on the made production. Therefore if prices for products will grow, and the cost of fixed assets will remain invariable, then the indicator of capital productivity will increase though real efficiency of use of fixed assets will not increase.

It is necessary to take into account, features of pricing in the agro-industrial market that is connected, for example, with production of socially important products, the prices for which are established by the state and respectively can not answer their actual market value and cost price. Also special attention is deserved by purchase prices at which processing enterprises buy production from farmers, etc.

Except above the designated facts, use of traditional approaches and indicators to assessment of efficiency of use of fixed assets not only agrarian and industrial complex, but also all industrial sector in general, is limited to influence of new market determinants that causes need of improvement of system of indicators, means and tools of the analysis. It is possible to carry to number of such determinants: promptly growing rates of scientific and technical progress, more strict requirements to competitiveness of products, considerable reduction of a role of state regulation and financing of processes of updating, and also lack of economic and political stability in general.

Thus, the specified circumstances cause need and expediency of search of alternative indicators and approaches to the analysis of efficiency of fixed assets of agrarian and industrial complex.

The structure of fixed assets changes both in dynamics, and depending on specialization of the enterprise. Therefore the optimum level of a fondokosnashchennost and rational structure of funds need to be defined according to the production direction of the enterprise reached by the level of intensity of development of the main direction, an environment, etc.

Thus, it is possible to draw the following conclusions. The analysis of efficiency of use of fixed assets in agrarian and industrial complex has the features caused both by specifics of the branch, and transformations of the economic relations occurring at the present stage that in turn involves increase in probability of obtaining doubtful and inexact data in the course of use of

traditional approaches, algorithms and indicators of the analysis. In view of these restrictions, it is necessary to consider structures of fixed assets in the analysis of their efficiency.

**Literature:**

1. Levanova E. Factors and direction to ensure food security of the country // International Journal of Agricultural. - 2016. - №3. - P. 49-51.

2. AV Garunova Features of formation of a monitoring system of agro-industrial economic condition of the enterprise // Regional problems of economic transformation. - 2016. - №8. - P. 38-46.

3. Diyarova R. K. Efficiency of use of fixed assets//NovaInfo.Ru. - 2016. - T. 2. - No. 45. – P. 118-120.

4. Miroseidi SA, Yashin YE The risks affecting the efficiency of fixed assets // Modern aspects of the economy. - 2016. - №4 (224). - P. 51-54.

5. Zwolak, J. Efficiency of Reproduction of Fixed Assets in Polish Agriculture // Bulgarian journal of agricultural science: BJAS. - 2016. - №2. - P. 182-187.

**Незаметдинова Элеонора Владимировна**

**Nezametdinova Eleonora Vladimirovna**

Старший преподаватель

Кыргызский Экономический Университет им. М.Рыскулбекова

E-mail: [ellanez84@rambler.ru](mailto:ellanez84@rambler.ru)

УДК 336.7

## **РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИМ БАНКОМ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ**

### **EXPLOITATION OF EFFECTIVE STRATEGY MANAGEMENT OF COMMERCIAL BANK IN CONDITION OF COMPETITION**

**Аннотация:** Коммерческие банки являются важнейшими составляющими структурами в финансово-экономическом комплексе КР. Каждый коммерческий банк должен разрабатывать стратегию своего существования и развития. Выполнение стратегии является критическим процессом, т.к. именно он в случае успешного осуществления приводит банк к достижению поставленных целей. Оценка и контроль выполнения стратегий является логически завершающим процессом, осуществляемым в стратегическом управлении. Данный процесс обеспечивает устойчивую обратную связь между тем, как идет процесс достижения целей, и собственно целями коммерческого банка.

**Abstract:** Commercial banks are important drawing up structures in financial economic complex of KR. Every commercial bank to have to exploit the strategy of its existence and development. Execution of strategy is a critical process just it helps to achieve main purposes. Valuation and control of carrying out of strategy is a logical completed process in strategic management. This process guarantees stable reverse link in order to achieve aims of commercial bank.

**Ключевые слова:** коммерческий банк, стратегия, стратегическое управление, миссия, цели, конкуренция

**Keywords:** commercial bank, strategy, strategic management, mission, aims, competition.

Современная экономическая ситуация диктует коммерческим банкам необходимость разработки комплексных программ развития, предусматривающих перестройку организационных структур, управленческих схем, внедрение современных способов обслуживания клиентов, соответствующих международным стандартам банковской деятельности. Модернизация деятельности коммерческого банка по представленным направлениям должна носить централизованный характер и происходить в пределах общей стратегии развития всего коммерческого банка, а не его отдельных подразделений. Конкретность поставленных целей, программ, их соответствие требованиям экономической ситуации, отражение их в стратегии развития коммерческого банка становятся базой успешной и прибыльной работы коммерческого банка.

Однако на сегодняшний день в практике ведения банковского дела Кыргызстана практически отсутствует опыт формирования и реализации стратегий развития, решающих



проблему поиска путей более эффективных форм работы, организационных структур, подходов, решений, коренных изменений, направленных на достижение единой цели. Часто коммерческий банк и вовсе не имеет стратегии развития или же имеет ее суррогат, представляющий собой смешанный набор перспективных мер, возможность реализации которых не соответствует реалиям развития, как самого банка, так и среды, в которой он функционирует. Имеющая место в банковской практике ситуация выделяет вопросы, касающиеся разработки и внедрения коммерческими банками стратегии развития, ориентированной на реализацию единой для всех функциональных подразделений цели, особенно актуальными и обуславливает необходимость теоретической и методологической разработки данного направления.

Коммерческие банки являются важнейшими составляющими структурами в финансово-экономическом комплексе Кыргызской Республики. От успешности их работы во многом зависит общеэкономическая ситуация не только в ее регионах, но и в стране.

Каждый коммерческий банк должен разрабатывать стратегию своего существования и развития, определяя цели, которые будут воплощаться в ходе указанной деятельности.

Формирование стратегии следует вживить в систему управления коммерческим банком, тем самым определяя работу отдельных подсистем его управления, использование возможных источников, исследование незадействованных либо совершенствование уже существующих методов и способов достижения конкурентных преимуществ и др.

Стратегия банка – это совокупность наиболее значимых целей его становления и последующего функционирования на рынке, а также вариантных подходов к их практической реализации [1, с.126].

Одна из составляющих продуктивного менеджмента в коммерческих банках – правильно разработанная стратегия поведения в постоянно меняющейся конкурентной среде.

Фактически, это определение того, насколько внутренняя политика банка сочетается с внешними факторами, что необходимо предпринимать для успешной деятельности, а от чего следует отказаться. В современной экономике эффективное управление и успешный бизнес невозможны без стратегического планирования. Разнообразие стратегий и их конфигурация позволяют преобразить действия согласно изменениям внутренних или внешних факторов, оказывающих влияние на работу банка.



Рис. 1 Общая структура стратегии коммерческого банка

Разработка стратегии деятельности любой организации – коммерческой, общественной, муниципальной – начинается с анализа внешней среды. От того, насколько правильно он проведен, зависит успех всех других действий по стратегическому планированию и реализации стратегии [2, с.13].

Внешняя – это все те обстоятельства, которые находятся за пределами компании и могут на нее воздействовать. Внешняя среда, в которой приходится действовать компании,

находится в постоянном движении, подвержена переменам: меняются запросы потребителей, рыночный курс национальной валюты по отношению к другим валютам, вводятся новые законы и налоги, изменяются рыночные структуры, новые технологии охватывают процессы производства, действуют еще и многие другие факторы. Умение компании чувствовать и справляться с этими переменами внешней среды является одним из наиболее важных компонентов ее успеха. Вместе с тем это умение является условием реализации запланированных стратегических изменений.

Первичными внутренним факторами, воздействующими на стратегию компании, являются: сильные и слабые стороны ее деятельности, компетентность менеджмента, его персональные амбиции, философия и этика компании, культура фирмы и курсовая стоимость акций [3, с.28].



Рис.2 Факторы, определяющие стратегический выбор компании[3, с.27]

В современных условиях хозяйствования стратегия рассматривается не только как неопределенная цель или конкретная ориентация усилий, но и как сфера повседневных задач и как метод активизации собственных действий.

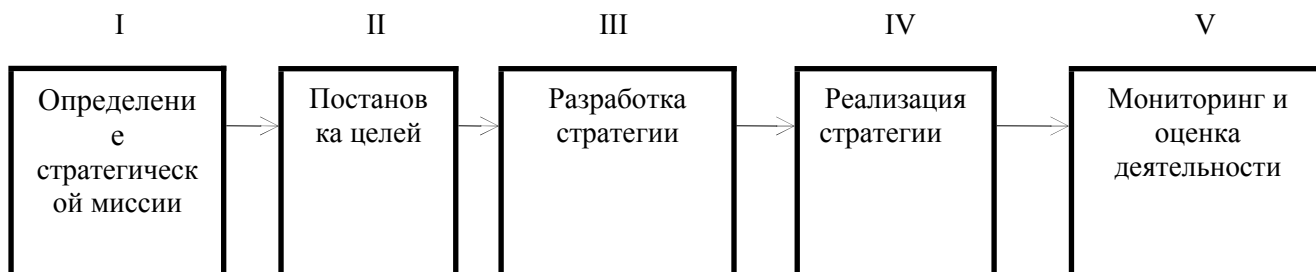
В специальной научной литературе приведен также ряд определений понятия «стратегическое управление», которые связывают присущие ему черты: направленность на долгосрочную перспективу, ориентация на потребителя, реагирование на перемены в окружении путем проведения изменений в коммерческом банке, существенное значение человеческого потенциала. Основную долю стратегического управления составляют выбор стратегии и ее внедрение, и можно констатировать, что стратегия банка предполагает определение перспективных целей деятельности и путей развития коммерческого банка на основе анализа его потенциальных возможностей и прогнозирования изменений внешней среды.

Стратегическое управление подразумевает ориентацию всех сотрудников и единение планов подразделений, отвечающих за реализацию целей компании.

Стратегическое управление предполагает решение пяти основных задач:

- формирование стратегического видения будущего хозяйствующего субъекта;

- постановка целей;
- разработка стратегии (определение стратегии на различных уровнях);
- реализация стратегии;
- оценка результатов и корректировка стратегического видения, глобальных целей, стратегии и ее реализации с учетом приобретенного опыта, изменившихся условий, появления новых идей и возможностей. Последовательность действий в стратегическом управлении имеет следующую структуру:



Вместе с возрастанием на международных рынках конкуренции, снижением информационных барьеров и процессами глобализации возрастает значение стратегического планирования как эффективного профессионального инструмента для принятия и внедрения стратегических решений.

Как коммерческое предприятие банк нацелен на такую деятельность, которая приносила бы ему прибыль. А величина прибыли зависит от объема и структуры активов и депозитов, объема доходов и расходов, рентабельности деятельности банка. А для того, чтобы добиться эффективной деятельности банку следует разработать стратегию развития, свою политику.

Главным моментом при разработке банковской политики является правильная установка цели и выбор необходимых инструментов для ее реализации. Обобщенно, цель коммерческого банка определяется с точки зрения его доходности, рентабельности, ликвидности, направлений деятельности. Каждым отдельным процессом надо управлять, а также выстроить единую интегрированную систему управления, чтобы добиться положительного эффекта.

И актуальные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, позволяют банку выживать и достигать своей цели в долгосрочной перспективе.

Хоть стратегическое управление и является главным фактором благополучного выживания в усложняющейся конкурентной борьбе, тем не менее, можно неустанно наблюдать в действиях банков отсутствие стратегии, что и приводит их частенько к поражению в рыночной борьбе.

Анализ среды, как правило, считается начальным процессом стратегического управления, т.к. он обеспечивает базу для определения миссии и целей банка и для выработки стратегий поведения, позволяющих банку выполнить миссию и достичь своих целей.

Анализ среды предполагает изучение трех его частей:

1. макроокружения;
2. непосредственного окружения;
3. внутренней среды.

Определение миссии и целей, рассматриваемое как один из процессов стратегического управления, состоит из подпроцессов, каждый из которых требует большой и исключительно ответственной работы:

1. определение миссии банка;
2. определение долгосрочных целей;
3. определение краткосрочных целей.

Миссия – есть наиболее общая цель, предназначение организации, объясняющая причины ее существования и описывающая что организация желает достичь и каким образом [4, с.46].

Определение миссии и целей приводит к тому, что становится ясным, зачем работает коммерческий банк и к чему он стремится. А, зная это, можно точнее выработать стратегию поведения.

Каждому банку нужно тщательно отработать идею своей основной цели, миссии, которая предназначена отличать его от конкурентов, как в глазах клиентов, так и служащих.

Формирование миссии банка – весьма сложный процесс. Как следует из приведенной ниже схемы, на определение миссии банка оказывают влияние запросы и культура клиентов, общий уровень подготовки, опыт руководителей банка.

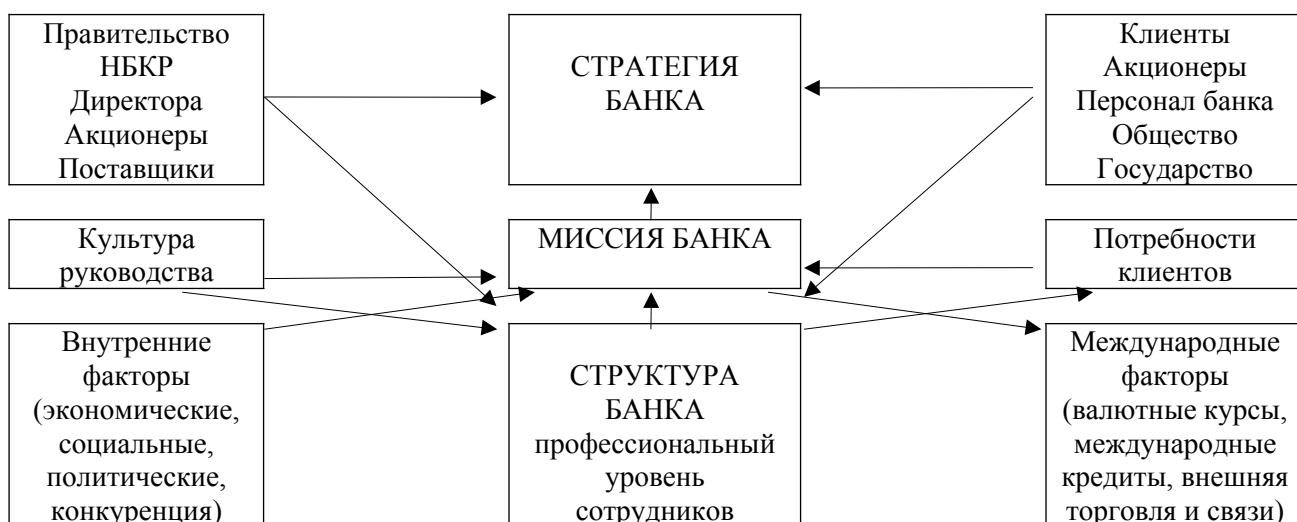


Рис. 3 Факторы, влияющие на формирование миссии банка

Определение миссии банка позволяет разработать генеральную стратегию деятельности на рынке, структуру банка, программу профессионального обучения сотрудников [5, с.161].

Процесс выбора стратегии по праву считается «душой» стратегического управления. Благодаря специальным приемам банк обрисовывает, как он будет добиваться своих целей, и реализовывать свою миссию.

Реализация стратегии коммерческого банка является переломным процессом, т.к. именно она в случае удачного осуществления приводит банк к достижению поставленных целей.

Оценка и контроль выполнения стратегий является логически завершающим процессом, осуществляемым в стратегическом управлении. Данный процесс обеспечивает надежную обратную связь между тем, как протекает процесс достижения целей, и собственно целями коммерческого банка.

Основными задачами любого контроля являются:

1. определение того, что и по каким показателям проверять;

2. осуществление оценки состояния контролируемого объекта в соответствии с принятыми стандартами, нормативами или другими эталонными показателями;

3. выяснение причин отклонений, если таковые вскрываются в результате проведенной оценки;

4. осуществление корректировки, если она необходима и возможна.

В случае контроля выполнения стратегий эти задачи приобретают вполне определенную особенность, обусловленную тем, что стратегический контроль направлен на установление того, в какой мере реализация стратегий приводит к достижению целей банка, это значительно отличает стратегический контроль от управленческого или оперативного контроля, так как его не интересует правильность выполнения стратегического плана, правильность осуществления стратегии или правильность выполнения отдельных работ, функций и операций.

Стратегический контроль нацелен на то, возможно ли в будущем реализовывать принятые стратегии, и приведет ли их воплощение к достижению поставленных целей. Корректировка по результатам стратегического контроля может касаться как стратегий, так и целей коммерческого банка.

Для национальной практики модернизация управления работой банка особенно актуальна. Переход к рыночной идеологии потребовал овладения абсолютно новыми методами и инструментами. За сравнительно небольшой отрезок времени банки сумели использовать современные способы управления, адекватные рыночным условиям. Современные коммерческие банки действуют в рамках лимитированного информационного и методического обеспечения. Отсутствие широкой государственной статистики, информации о развитии отраслей, подотраслей, групп предприятий не позволяет банкам правильно анализировать имеющуюся ситуацию, выбирать направления приложения своего капитала. Банковская система, ориентированная на рынок, не получает о нем достаточной информации. Отсюда – ошибки в прогнозах, конкретных расчетах доходности. Дефицит методических рекомендаций, подробных процедур также усложняет управление рисками при совершении банковских операций и сделок.

Внедрение стратегии банка требует адекватных внутренних изменений бизнес-процессов, организационной структуры, кадров.

Стратегическое управление в коммерческом банке должно базироваться на однозначном понимании того, что на современном этапе развития финансово-кредитных отношений происходит видоизменение финансовых агентов, проявляющееся в стирании национальных особенностей локальных финансовых институтов и сближении национальных стандартов финансово-кредитной деятельности с правилами глобального финансово-кредитного рынка.

Основными источниками конкурентных преимуществ являются позиционное структурное преимущество и внутренние источники (качественное выполнение рутинных операций и развитие динамических способностей) [6, с.91].

Реализация стратегии обеспечивается соответствием внутренних бизнес-процессов и организационной структуры банка выбранной стратегии развития. Главным инструментом реализации банковской стратегии может стать сбалансированная система показателей.

Банковская система Кыргызской Республики работает с ограниченным капиталом. Даже относительно небольшие потери заметно отражаются на финансовом положении банков. Кризисная ситуация, в которой пока продолжают находиться некоторые коммерческие банки, требует от них высокой культуры совершения операций, усиления внимания к совершенствованию управления своей деятельностью.

**Библиографический список:**

1. Алавердов А.Р. Стратегический менеджмент в банке: Учебное пособие/Московский Государственный университет экономики, статистики и информатики.-М.:МЭСИ, 1999. - 94 с.
2. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика. Учебное пособие для вузов. М.:Аспект Пресс, 2002.- 415 с.
3. Антикризисный менеджмент (Диагностика проблем и стратегии развития компании): Учебно-методич.пособие К.М. Мечукаева/Ин-т Дуального Образования.-Б.:2005.-112с.
4. Джаманбаев Э. Современные технологии эффективного управления (Практ. пособие для руководителя).-Б.: «ЕГА-Басма»,2000.-384 с.
5. Уткин Э.А. Банковский маркетинг. М.:ИНФРА-М, 1995. - 305с.
6. Драгомирецкая О.В. Стратегическое управление в коммерческом банке, журнал Банковское дело, март-апрель 2, 2009
7. Никонова И.А., Шамгунов Р.Н. Стратегия и стоимость коммерческого банка. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. - 304 с.

**Бабанова Фаина Рашитовна**

научный руководитель, старший преподаватель, кафедра «Банковского и инвестиционного менеджмента», Уральский Федеральный Университет

**Babanova F.R.**

research advisor, sn.teacher, department of Banking and Investment Management, Ural Federal University. E-mail: [faina\\_babanova@mail.ru](mailto:faina_babanova@mail.ru)

**Изгагина Татьяна Вадимовна**

студент магистратуры, кафедра «Банковского и инвестиционного менеджмента», Уральский Федеральный Университет

**Izgagina T.V.**

master's degree student, department of Banking and Investment Management, Ural Federal University. E-mail: [izgagina94@mail.ru](mailto:izgagina94@mail.ru)

**Полякова Анастасия Валерьевна**

студент магистратуры, кафедра «Банковского и инвестиционного менеджмента», Уральский Федеральный Университет

**Poliakova A.V.**

master's degree student, department of Banking and Investment Management, Ural Federal University. E-mail: [nastasiapoliakova@gmail.com](mailto:nastasiapoliakova@gmail.com)

УДК 336

**ДОМИНИРУЮЩИЕ ОСНОВАНИЯ ОТЗЫВОВ БАНКОВСКИХ ЛИЦЕНЗИЙ  
БАНКОМ РОССИИ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**THE REASONS FOR A DECISION OF THE CENTRAL BANK OF RUSSIA TO  
RECALL BANKING LICENSES: AN ANALYTICAL REVIEW OF CURRENT  
PRACTICE**

**Аннотация:** В статье рассмотрены основания отзыва лицензий у российских банков за последние годы, проанализирована динамика концентрации банковского сектора. Особое внимание уделено консолидации банковского рынка за счет роста доли частных банковских групп.

**Abstract:** This article shows the main reasons why the Central Bank of Russia has withdrawn bank's licenses for the last years. The analysis of dynamic of concentration in the banking sector is considered. The special focus of the paper is to examine the process of consolidation in Russian Banking sector due to increasing the share of private banking groups.

**Ключевые слова:** Центральный Банк, Банк России, отзыв лицензии, банковский сектор

**Keywords:** the central bank of the Russian federation, Bank of Russia, banking sector, withdrawal of a license

Законодательством Российской Федерации на Банк России возлагается ряд особых функций, основными из которых являются регулятивная и надзорная. В связи с этим он имеет широкие полномочия по воздействию на деятельность кредитных организаций от вынесения предписания и предъявления требований, до введения моратория на проведение операций и отзыва лицензии. В Статье 20 Федерального закона "О банках и банковской деятельности" от 02.12.1990 N 395-1-ФЗ содержится исчерпывающий перечень оснований, по которым Центральный Банк имеет право либо, бесспорно, обязуется отозвать лицензию на осуществление банковских операций, а также по которым может принимать такое решение.

В последние годы в банковском секторе наблюдается увеличение числа лишения кредитных организаций лицензий на осуществление банковской деятельности. В период, начиная с июля 2013 года, 204 кредитные организации были лишены лицензии, а в 2015 году был достигнут рекорд по данному показателю за предыдущие 10 лет. Такой рост отзыва банковских лицензий был вызван в большей мере за счет вовлеченности банков в процессы отмывания доходов, полученных преступным путем, и нелегального вывода денежных средств за пределы страны, что объясняется введением жестких мер надзорного реагирования в отношении банков, проявивших себя в данном виде бизнеса. Таким образом, за последние 10 лет количество действующих в России кредитных организации существенно сократилось, с 1299 в 2005 году до 643 на ноябрь 2016 года (Рис.1).

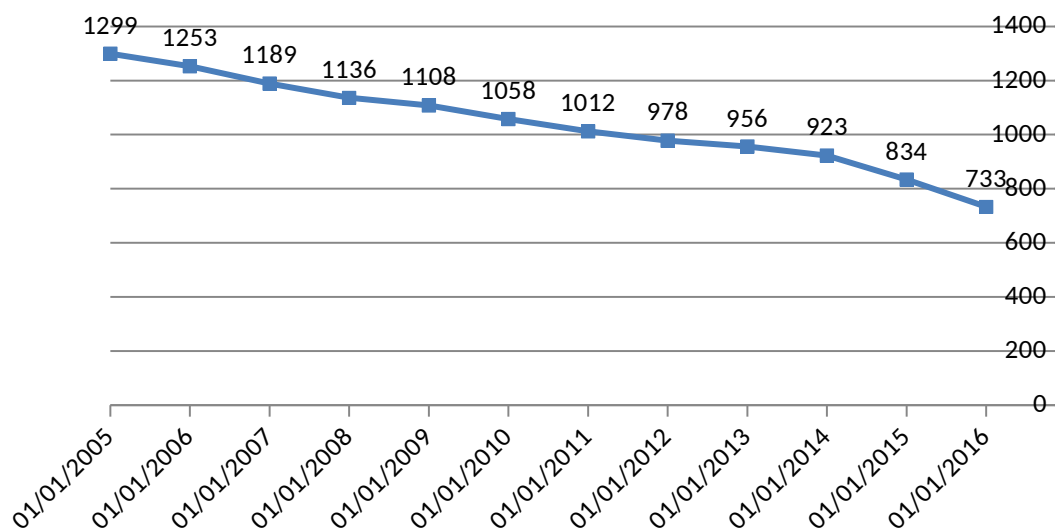


Рисунок 1 – Количество действующих кредитных организаций в РФ с 2005 по 2016 год

При анализе причин отзыва лицензий у банков, просматривается тщательная и целенаправленная работа ЦБ по очищению банковского рынка от банков, нарушивших



закон о противодействии легализации доходов, полученных преступным путем и банков, занимающихся проведением сомнительных операций. Так, в 2012 г. по причине нарушения антиотмывочного закона ЦБ отозвал всего одну лицензию, а уже в 2013 г. - 8, за 2014 г. этот показатель достиг 36, на начало декабря 2015 г. – 33. Выше значения были лишь в 2006 – 51 и 2007 гг. – 44.

Исследуя официальные данные Банка России, можно констатировать, что за последние четыре года (с 2013 года) чаще всего для отзыва банковских лицензий являлись следующие основания (при формулировке в пресс-релизах и приказах):

### **1. Существенная недостоверность отчетных данных и задержка сдачи отчетности.**

Достоверность данных отчетности кредитных организаций является залогом их стабильности, так как они используются для расчета различных экономических финансовых показателей (ликвидности, достаточности капитала, нормы резервов и т.п.). Искажение данных отчетов приводит и к невозможности оценить реальное финансовое состояние организации, поэтому установление факта недостоверности – еще одно из оснований отзыва лицензии на осуществление банковских операций. Банк России также уполномочен лишить кредитную организацию лицензии за многократное или систематическое в течение года нарушение сроков сдачи отчетности.

В большинстве случаев искажения в отчетности банков связано с наличием проблемных и низкокачественных активов, которым в учете не дается адекватная оценка, и, как следствие, не создаются соответствующие существующим рискам резервы.

По данной причине в 2014 г. были отозваны 14 банковских лицензий, против 7 в 2012 и 2013 гг. и 11 – в 2011 г.

### **2. Осуществление сомнительных операций.**

Банк России определяет сомнительные операции как имеющие необычный характер и признаки отсутствия явного экономического смысла и очевидных законных целей. Данные операции могут проводиться для вывода капитала из страны, финансирования "серого" импорта, уклонения от налогообложения, а также для финансирования различных противозаконных целей. Санкции предусмотрены за проведение всех сомнительных операций, но при нарушении границы существенности они особенно жесткие — оперативный запрет на вклады и отзыв лицензии. Динамика отозванных лицензий за проведение сомнительных операций представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Количество отозванных лицензий за проведение сомнительных операций в сравнении с общим числом отозванных лицензий за 2005-2015 гг.

Год	Отозвано лицензий, всего	в т.ч. за сомнительные операции
01.01.2005	33	2
01.01.2006	40	14
01.01.2007	62	51
01.01.2008	34	44
01.01.2009	33	7
01.01.2010	44	10
01.01.2011	27	3
01.01.2012	18	3
01.01.2013	22	1
01.01.2014	32	8
01.01.2015	86	36

### **3. Нарушение банковского законодательства и нормативов ЦБ:**

### **3.1 Достижение показателем достаточности капитала отметки ниже 2 %.**

Достаточность капитала банка – расчетный показатель, определяющий минимальные требования к уровню собственного капитала (min величине собственных средств), необходимому для покрытия банковских рисков (кредитного, операционного, рыночного). Он представляет собой отношение величины собственных средств к величине соотнесенных со степенью риска активов банка. Если рассчитанный по кредитной организации показатель оказывается меньше 2 %, то Центробанк поднимает вопрос об отзыве лицензии.

### **3.2 Достижение размера собственного капитала уровня ниже минимального значения уставного капитала.**

Собственные средства банка – это часть пассивов организации, представленных совокупностью оплаченных основных и дополнительных источников собственных и привлеченных средств (уставный и резервный капитал, прибыль, эмиссионный доход, доходы от переоценки, субординированные кредиты и т.д.). Методика расчета величины собственного капитала на основании показателей отчетности определена Центробанком, применением международных стандартов (Базель III). В случае если рассчитанный показатель окажется ниже установленной минимальной величины уставного капитала, банк должен привести в соответствие размеры уставного и собственного капиталов, иначе отзыв лицензии будет неминуем по прошествии срока отведенного для их приведения в соответствие.

### **4. Нарушение «антиотмывочного» законодательства (ст. 6 и 7 Федерального закона №115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма») (ПОД/ФТ).**

Борьба с коррупцией, легализацией преступных доходов, выводом капитала из-под юрисдикции отечественных правовых норм – приоритетное направление финансовой политики государства. Политику Правительства в данном направлении поддержал и Центробанк. Нарушение требований статей 6 и 7 федерального закона № 115-ФЗ (ПОД/ФТ) в 2014 г. послужило главным основанием прекращения деятельности 37 кредитных организаций, кроме того признаки отдельных нарушений «антиотмывочного» законодательства были выявлены еще в 16 банках, где основными причинами отзыва лицензии Банком России были обозначены другие основания. Отзыв лицензии по данному основанию в 2014 г. характеризовался наличием в течение одного года следующих нарушений:

- несоответствие системы внутреннего контроля требованиям Банка России;
- нарушение правил идентификации клиентов, их целей и сфер деятельности;
- нарушение порядка и срока передачи (либо не передача) компетентным органам информации о сделках подлежащих особому контролю;
- вовлечение в проведение сомнительных операций (в т.ч. обналичивание средств, проведение сделок по фиктивным документам);
- непринятие мер по достоверному установлению способа происхождения капитала и законной обоснованности (легальности) сделок.

Согласно статистике ЦБ РФ, 37% отозванных лицензий было вызвано несоблюдением данного закона (24% в 2013 г., 42% в 2014 г. и 37% в 2015 г.). Работа по зачистке таких банков была начата в 2014 году, в связи с преобладанием причин отзыва лицензий по экономическим причинам в 2015 году ее интенсивность была снижена, что объясняется ослаблением экономической ситуации в стране и банковском секторе в целом.

### **5. Неспособность удовлетворять требования кредиторов**

Неисполнение требований кредиторов является основанием отзыва банковской лицензии, если банк, к которому предъявлено данное требование, не исполнил его в двухнедельный срок. Данное основание для отзыва лицензии на осуществление банковских

операций также коррелирует с нарушением законодательства и недостоверным отражением отчетных данных.

#### **6. Размещение средств в низкокачественные активы**

Размещение денежных средств в низкокачественные активы — еще одна популярная причина отзыва. Размещение денег в активах – это вложение в бизнес, покупка облигаций, акций, то есть всего, что будет приносить доход в будущем или уже приносит в настоящем. Соответственно, когда активы низкокачественные, они будут приносить убытки, а не прибыль.

#### **7. Высокорисковая кредитная политика**

На протяжении всего рассматриваемого периода данная формулировка является самым распространенным основанием лишения кредитной организации лицензии и представляет собой широкую трактовку выявленных Центральным Банком нарушений. Неисполнение кредитной организацией предписаний регулятора, проведение высокорискованной кредитной политики, инвестиция в низкокачественные активы, создание неадекватных рискам резервов, низкий уровень функционирования системы внутренней безопасности, нарушения правил ведения бухгалтерской отчетности, непринятие мер по предупреждению банкротства кредитной организации и т.п. – все это проявления нарушений банковского законодательства и нормативов Банка России. Руководствуясь значимостью масштаба и объемом выявленных в результате проверки нарушений действующих норм банковской деятельности, Центробанк, классифицировал данные нарушения и принимал решение по отзыву банковской лицензии по одному или нескольким основаниям.

Начало нарастающей кампании по зачистке «криминальных» банков было положено в ноябре 2013 г., когда была отозвана лицензия у Мастер-банка (20.11.13), не имеющего финансовых проблем. Разницу между стоимостью активов и пассивов банка временная администрация оценила в размере 4,5 млрд руб., или менее 7%.

Начавшаяся, с положительными результатами кампания ЦБ, продолжилась. Ведя борьбу с сомнительными операциями банков и отмыванием средств, ЦБ был нацелен на мелкие банки, не затрагивая больше крупных игроков банковского рынка. В действительности так и есть, среднестатистический банк, у которого отзывали лицензию за нарушение «антиотмывочного» закона, намного меньше, чем, к примеру, неплатежеспособный и фальсифицировавший отчетность. Такие банки имеют в среднем 4,6 млрд руб. активов и вкладов - 2,1 млрд руб.

Более крупными являются банки, лишившиеся лицензий «по экономическим статьям» - за потерю платежеспособности и утрату собственного капитала (размер активов достигает 12,1 млрд руб., вкладов – 4,6 млрд руб.) или фальсификацию отчетности (размер активов – 22,6 млрд руб, вкладов – 9,3 млрд руб.).

За предыдущие 2,5 года, по данным ЦБ, только 30 кредитных организаций были лишены лицензии по причине фальсификации отчетных данных. Однако данная цифра по результатам проверки финансового состояния временными администрациями увеличилась до 110. Столько было обнаружено поделщиков, скрывающих необходимость проведения мер по предупреждению банкротства и/или отзыва лицензии. Активы этих 110 банков в общей сумме составляли более 1,19 трлн руб. (по данным их руководителей), но по результатам проверки временных администраций они были в 2,4 раза меньше представленных – порядка 506 млрд руб. при обязательствах более 1,12 трлн руб. Эти банки хранили 663 млрд руб., что составляет 3,7% вкладов населения. В заключениях ЦБ по данной ситуации говорится о том, что недостающая доля имущества для возмещений кредиторам в размере 595 млрд руб. – это в большей мере результат махинаций и фиктивных сделок, а также вывода средств с помощью проведения скрытых мошеннических схем путем предоставления фальсифицированной отчетности.

## **Заключение**

Консолидация банковского сектора за счет роста активов частных банковских групп продолжилось и в 2016 году. Одна из главных причин для этого — продолжающаяся зачистка банковского сектора. Рассчитанный по индексу Херфиндала — Хиршмана, которым пользуется Центральный Банк, уровень концентрации на начало 2014 года составлял 1217 пунктов, на ноябрь 2015 года — 1220 пунктов. Конкуренцию удалось сохранить на прежнем уровне за счет роста частных банковских групп.

ЦБ ведет активный курс на консолидацию банковского сектора не менее 5 лет, в частности, постепенно повышая требования к капиталу банков: с 2015 года это 300 млн рублей, с 2018 года начинается повышение требований к капиталу федеральных банков до 1 млрд руб.

Однако в банковском сообществе зреет понимание того, что необходимы и другие пути и механизмы оздоровления банковской системы, а именно:

- опережающие меры надзорного органа для корректировки финансовой стратегии банков, чтобы ситуация не доходила до отзыва банковских лицензий;
- новые механизмы санации для значимых и представляющих экономический интерес банков, так как текущая схема оздоровления обходится слишком дорого (санация 28 банков уже обошлась государству в 1,5 трлн рублей) ;
- внедрение системы bail-in, идея которой зародилась на Западе после крупной волны дефолтов банков, начиная с 2008 года (в отличие от западной практики, проект в России не предполагает, что bail-in исключит санацию за счет государственных средств.)

Стоит отметить, что существующая система санации кредитных организаций таит в себе множество проблем: Министерство Финансов обосновало необходимость сокращения объемов средств, выделяемых ЦБ РФ на финансовое оздоровление банков. Также в Министерстве считают, что следует повышать эффективность уровня контроля за использованием средств, которые направляются на санацию банков, исключить зависимость санации банков от финансового состояния санатора, создать равные конкурентные условия деятельности saniруемых банков и иных действующих кредитных организаций.

В марте 2017 года планируется вступление в силу законопроекта «О создании Фонда консолидации банковского сектора», механизм которого еще летом 2016 года предложили в Банке России. В проекте документа Министерства Финансов говорится о том, ЦБ РФ будет предоставлена возможность осуществлять меры по предупреждению банкротства кредитных организаций самостоятельно через создаваемый Фонд и управляющую компанию инвестиций в капитал saniруемого банка в размерах, необходимых для обеспечения его надлежащей капитализации и ликвидности, с последующей реализацией акций saniруемых банков.

Если в ближайшее время Банк России сможет увеличить свое присутствие в совете директоров Агентства по страхованию вкладов и взять под контроль процесс финансового оздоровления банковской системы страны, то, возможно, это приведет к некоторому сокращению отзывов лицензий у российских банков

Сегодня ситуация складывается таким образом, что многие задачи и проекты по спасению кредитных организаций только находятся в стадии обсуждения, окончательного положения по реализации нового механизма санации кредитных организаций еще нет.

## **Библиографический список:**

1. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 № 395-1-ФЗ (действующая редакция, 2016).

2. Федеральный закон от 10.07.2002 N 86-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)" (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016).
3. Федеральный закон от 7 августа 2001 года № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» (действующая редакция, 2016).
4. Инструкция Банка России от 03.12.2012 N 139-И (ред. от 20.10.2016) "Об обязательных нормативах банков" (Зарегистрировано в Минюсте России 13.12.2012 N 26104).
5. Официальный сайт Центрального Банка РФ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 10.10.2016).
6. Информационный портал Банки.ру. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.banki.ru> (дата обращения: 09.10.2016).

**Синицына Татьяна Юрьевна**  
**Sinitsyna Tatyana Yuryevna**

студентка факультета налоги и налогообложение,  
Кубанский государственный аграрный университет,  
г. Краснодар. E-mail: [tanya.sinitsyna.96@mail.ru](mailto:tanya.sinitsyna.96@mail.ru)

**Левшукова Ольга Анатольевна**  
**Levshukova Olga Anatolievna**

старший преподаватель,  
Кубанский государственный аграрный университет,  
г. Краснодар

УДК 336.22

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ**

### **IMPROVING THE VALUE-ADDEED TAX**

**Аннотация.** Значительная роль налога на добавленную стоимость в структуре доходов федерального бюджета Российской Федерации, необходимость повышения собираемости НДС и величина возмещения НДС за счет пресечения необоснованного предъявления. НДС представляет собой форму изъятия в бюджет части добавленной стоимости, создаваемый на всех стадиях производства и обращения.

**Abstract.** The significant role of value added tax in the structure of the Russian Federation federal budget revenues, the need to improve the collection of VAT and the VAT refund the value due to unreasonable restraint of presentation. VAT is the exemption form the budget of the value added generated in all stages of production and circulation.

**Ключевые слова:** налог на добавленную стоимость, механизм обложения, реформирование, совершенствование, возмещение, поступления, анализ, эффективность.

**Keywords:** value added tax, taxation mechanism, reform, improvement, compensation, efficiency of.

Налог на добавленную стоимость - самый сложный для исчисления из всех налогов, входящих в налоговую систему РФ. Его традиционно относят к категории универсальных косвенных налогов, которые в виде своеобразных надбавок взимаются через цену товара.

НДС представляет собой форму изъятия в бюджет части добавленной стоимости, создаваемой на всех стадиях производства и определяемой как разница между стоимостью реализованных товаров, работ и услуг и стоимостью материальных затрат, отнесенных на издержки производства и обращения.

Одним из самых значимых и стабильных источников доходов федерального бюджета Российской Федерации является налог на добавленную стоимость: на его долю в течение последних пяти лет приходится порядка четверти бюджетных доходов.

За время существования налога на добавленную стоимость в российской налоговой системе был сформирован определенный порядок его исчисления и уплаты, к которому адаптировались налогоплательщики и контролирующие органы. Однако до сих пор многие практические направления реализации механизма исчисления и уплаты НДС требуют дальнейшего совершенствования.

Проанализируем поступление НДС в федеральный бюджет за 2012-2015 гг.

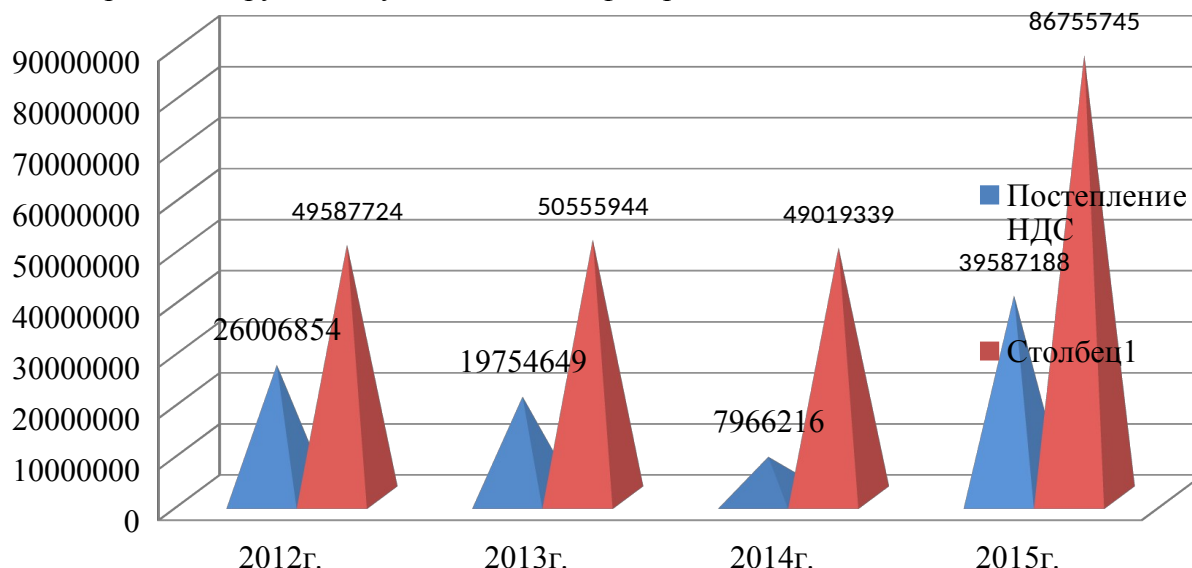


Рисунок 1 – Поступление НДС в федеральный бюджет в УФНС по Краснодарскому краю за 2012-2015 гг., тыс. руб.

Анализируя данные о поступлении налога на добавленную стоимость в федеральный бюджет за четыре года (2012 – 2015), можно заметить, что размер поступлений налога с 2012 г. по 2014 г. значительно снизился на 69,4%. На снижение поступления НДС в 2014 г. повлияли большие суммы, принимаемые к вычету, что может быть так же связано с проведением Олимпиады в Сочи. В 2015 г. произошло резкое увеличение в 5 раз поступлений налога на добавленную стоимость в федеральный бюджет. Общая сумма налоговых доходов в 2014 г. увеличилась на 2%, однако в 2014 г. потерпела снижение на 3%, но в 2015 г. произошло резкое увеличение налоговых поступлений в бюджет на 77%. Значительное увеличение поступлений налога на добавленную стоимость в 2015 г. связано с улучшением работы налоговых органов и осуществления контроля. Это является положительным моментом, так как косвенное налогообложение имеет прежде всего фискальную направленность, в меньшей степени влияя на характер и структуру экономического роста. Также такое увеличение поступлений налога связано с введением электронных счетов-фактур. Несомненным преимуществом Информационной системы электронных счетов-фактур является сокращение времени, бумаги и трудовые ресурсы,

затрачиваемые при документообороте счетов-фактур. Также, достоинством служит существенное сокращение для пользователей ИС ЭСФ объема налоговой отчетности, представляемой по налогу на добавленную стоимость. Действие центра обработки данных позволяет в полной мере реализовать автоматизированную систему контроля за НДС, которая не имеет аналогов в мире. Теперь вся электронная налоговая отчетность по налогу на добавленную стоимость агрегируется в единый национальный файл в централизованной базе данных ФНС России.

Значительные издержки государства и бизнеса, связанные с администрированием НДС, проблемы, возникающие при его возмещении из бюджета, являются актуальными вопросами, связанные с реформированием и совершенствованием НДС. Как уже было сказано выше, данный налог в России является бюджетообразующими к его реформированию надо подходить с осторожностью. Но и реформировать его нельзя. За годы экономических, в том числе и налоговых реформ произошли позитивные изменения по НДС, которые сгладили негативные последствия первых лет взимания НДС:

- совершенствовалась практика взимания НДС, методика его исчисления приведена в соответствие с общепринятой, применяемой в странах ЕЭС;

- усовершенствовано законодательство, конкретизированы объекты обложения и освобождения НДС, что предотвращает возможность уклонения от уплаты;

- снижена основная ставка НДС (с 28% до 20%, затем до 18%);

- реорганизованы организационные структуры налоговых служб по функциональному признаку, что способствует более эффективному осуществлению налогового контроля;

- введены в практику встречные налоговые проверки, позволяющие предотвращать необоснованные вычеты НДС и занижение налоговой базы;

- установлена более рациональная документация (налоговая декларация, счета-фактуры, журнал учета выставленных и полученных счетов-фактур), принята логически понятная для налогоплательщиков структура налоговой декларации;

- установлен налоговый период - квартал для всех налогоплательщиков (с 01.01.2008 г.), что позволяет избежать сокрытия доходов и искусственного занижения налоговой базы, и позволяет каждому налогоплательщику использовать денежные средства в обороте более продолжительный период для увеличения доходов;

- установлен с 2010 г. ускоренный заявительный порядок возмещения НДС для отдельных категорий налогоплательщиков;

- введены электронные счет-фактуры.

Существующий механизм исчисления и уплаты налога на добавленную стоимость наряду с достоинствами, присущими косвенным налогам, имеет значительные недостатки. Прежде всего - это сложность администрирования, которые требуют значительных контролирующих мероприятий. Усугубляется это использованием налогоплательщиками незаконного механизма уклонения от уплаты налога с применением фирм-однодневок. И хотя налоговое законодательство не связывает право на применение налоговых вычетов по НДС с исполнением своих налоговых обязательств контрагентами налогоплательщика, фактически в настоящее время все налоговые риски возложены на проверяемое лицо.

Важной проблемой является и несвоевременное возмещение НДС в результате не системности и разрозненности при проведении мероприятий налогового, таможенного, банковского контроля, больших сроков проведения указанных мероприятий, в том числе при осуществлении экспортных операций[1].

Таким образом, ключевое место в проблемах современного совершенствования механизма взимания НДС связано с улучшением администрирования НДС.

Совершенствование администрирования НДС в первую очередь должно быть направлено на искоренение схем уклонения от налогообложения, незаконного возмещения

НДС, которые применяют недобросовестные налогоплательщики, связанные с внешнеэкономической деятельностью – экспортом и импортом товаров. В этих целях необходимо рассмотреть вопрос о внесении поправки в часть первую Налогового кодекса о введении специальной проверки по правильности возмещения НДС.

Деятельность налоговых органов в России за последние годы преобразуется в лучшую сторону, особенно в направлении работы с налогоплательщиками и повышения их налоговой грамотности. Постоянное совершенствование механизма взыскания задолженности налоговым органом позволяет повысить эффективность проведения налоговых проверок в ближайшем будущем, что в свою очередь будет способствовать улучшению экономического благополучия и финансовой безопасности государства.

Базу обложения НДС следует исчислять не на основе объема реализованной продукции, а исходя из уровня произведенной и присвоенной субъектом налогообложения добавленной стоимости. При таком подходе будет достигнута объективная оценка приращения стоимости на каждом этапе движения товара и услуги от момента ее создания до конечного потребителя, что повысит обоснованность налоговых доходов и будет соответствовать основному налоговому принципу – равнонапряженности[5].

Экономическое основание (объект) взимания НДС – это сам акт товарообмена, продвижение товара в гражданском обороте, но не конкретный финансовый результат, полученный налогоплательщиком.

Источник уплаты этого налога - это начисленный НДС, взимаемый с потребителя как доля от налогооблагаемых продаж. В форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках» финансовый результат организаций определяется без НДС, акцизов и других налогов на потребление, следовательно, НДС оказывается перелагаемым налогом на потребление. Налоговая нагрузка по этому налогу на предприятия не зависит от величины и структуры добавленной стоимости, так как изменение налоговой ставки не влечет за собой изменение порядка его исчисления и уплаты в бюджет, уплата налога осуществляется покупателем не на этапе производства, а на этапе реализации произведенной продукции[3].

Налог собирается в виде последовательных платежей, многократно на каждой стадии производства и обращения, поэтому сумма налога начинает поступать в бюджет государства задолго до того, как товар дойдет до конечного потребителя. Это позволяет государству оказывать воздействие на все стадии производства и обращения товара и иметь стабильный источник доходов. Механизм его взимания предусматривает право вычета сумм налога, уплаченного поставщикам. Именно поэтому налог нейтрален по отношению к налогоплательщику, а не по отношению к конечному потребителю.

Необходимо перейти к принципиально иной методологии расчета этого налога. Считать НДС по новой налоговой базе, в качестве которой следует принять добавленную стоимость, созданную данным предприятием и входящую в состав реализованной продукции. Добавленная стоимость должна считаться как сумма фонда оплаты труда, прибыли, амортизации и начисленных за этот период налогов.

Для устранения противоречий, возникающих в настоящее время при исчислении налоговых обязательств по НДС, необходимо внести изменения в отдельные статьи гл. 21 НК РФ.

Так, в ст. 146 НК РФ объектом налогообложения необходимо признать добавленную стоимость.

***В связи с изменением объекта налогообложения изменяется и налогооблагаемая база в ст. 153 НК РФ.***

***Налоговая база определяется как денежное выражение добавленной стоимости, исчисленной в виде разницы между стоимостью реализованных товаров, работ, услуг, оплаченных покупателем, и стоимостью материальных затрат.***



*В соответствии со ст. 52 НК РФ и с п. 1 ст. 53 НК РФ сумма налога, подлежащая уплате в бюджет, исчисляется налогоплательщиком самостоятельно как арифметическое произведение двух, установленных в п. 1 ст. 17 НК РФ, обязательных элементов налогообложения - налоговой базы и налоговой ставки.*

*Поэтому в ст. 173 НК РФ необходимо установить, что сумма НДС, подлежащая уплате в бюджет, определяется как произведение исчисленной по данным бухгалтерского учета добавленной стоимости и ставки налога[4].*

С изменением методики исчисления НДС появится возможность реально изменить учет в рамках локальной системы (экономической или производственной) объема вновь созданного продукта. Поскольку добавленная стоимость характеризует вновь созданную стоимость, задача производителя заключается в максимизации этой величины. Чем выше добавленная стоимость, тем больше доходов получает государство и, как следствие, создается больше ресурсов для перераспределения этого дохода. Для оценки вклада в создание регионального валового продукта (на уровне муниципальных образований - территориального продукта) появится возможность проводить социально-экономический мониторинг в разрезе отраслей экономики, крупных предприятий и малого бизнеса.

Анализ полученной добавленной стоимости позволит определить:

- вклад отдельных предприятий в общеотраслевой (региональный) выпуск товаров и услуг и в общеотраслевую (региональную) добавленную стоимость;
- эффективность использования инвестиций и факторов производства;
- структуру добавленной стоимости по источникам ее образования (удельный вес расходов на оплату труда, амортизационных отчислений, прибыли, налогов (налоговую нагрузку) в добавленной стоимости);
- объем добавленной стоимости в разрезе муниципальных образований любого другого территориального образования.

#### **Библиографический список:**

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации: от 5.08.2000, №117-ФЗ; в ред. ФЗ от 01.01.2017.
2. Брызгалин, А.В. НДС. Сложные вопросы / А.В. Брызгалин // Налоги и финансовое право. – 2016.- №8-с.8-10.
3. Лермонтов, Ю.М. О результатах и перспективах реформирования НДС / Ю.М. Лермонтов // Налоговед. – 2014. -№11-с.3-7.
4. Масленкова, А. А. Налог на добавленную стоимость. Правовая и экономическая сущность.//Финансы.-2016.-569с.
5. Сапожков, А.В. Реформа налога на добавленную стоимость / А.В. Сапожков // Налогообложение, учет и отчетность в коммерческом банке. – 2016.-347с.

**Лифанова Светлана Алексеевна**  
**Lifanova Svetlana Alekseevna**

**Николаева Софья Андреевна**  
**Nikolaeva Sof'ya Andreevna**

Новосибирский Государственный Университет Экономики и Управления, Новосибирск,  
Россия

Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russia

E-mail: [lifatina@yandex.ru](mailto:lifatina@yandex.ru)

УДК 331.1

## **МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА РАБОТНИКОВ ТОРГОВЛИ**

### **MOTIVATION OF PERSONNEL OF TRADE WORKERS**

**Аннотация:** В данной статье рассматривается мотивация персонала работников торговли, анализируется ее роль и значение. Дана характеристика современным видам мотивации. Рассмотрены особенности мотивации сотрудников в области торговли. В связи с этим были предложены этапы разработки мотивации в торговой отрасли.

**Abstract:** Motivation of personnel of trade workers is examined in this article, her role and value are analysed. Description is given to the modern types of motivation. The features of motivation of employees are considered in area of trade. In this connection design of motivation times were offered in trade industry

**Ключевые слова:** мотивация, трудовая деятельность, работники, стимулирование, материальная мотивация, торговля, нематериальная мотивация.

**Keywords:** motivation, labour activity, workers, stimulation, material motivation, trade non-material

Одним из важных мотивов в трудовой деятельности является стремление к удовлетворению потребностей, которые необходимы для жизнедеятельности человека. В формировании мотивационных установок одно из главных мест занимают организации, которые объединяют людей для целей трудовой деятельности и достижения конечных желаемых результатов.

Под мотивацией понимаются побуждения, которые вызывают активность и определяют ее направленность в деятельности человека. Мотивация оказывает влияние на удовлетворенность своим трудом.

Изменения и применение различных методов мотивации показали положительные и отрицательные аспекты их применения. В теории и практике управления не существует идеальной модели стимулирования, которая смогла бы отвечать всем разнообразным требованиям. Существующие модели мотивации абсолютно разные по своей направленности и эффективности.

Актуальность проблемы заключается в том, что на сегодняшний день не существует единой и четко разработанной модели мотивации. Для каждой сферы, отрасли, занимаемой должности должна быть разработана своя модель мотивации, которая должна учитывать все плюсы, минусы и особенности выбранного направления.

В современном мире мотивация является мощнейшим двигателем работников к достижению личных целей и целей организации, в которой они работают. Между личными целями работников и целями организации существует прямая связь. При достижении высоких результатов сотрудников повышается конкурентоспособность самой организации. Исходя из этого следует, что эффективно выстроенная мотивация для сотрудника имеет важное значение для самой организации.

Для эффективного управления человеком необходимо знать, что движет им, к чему он стремиться, какие мотивы лежат в основе его действий. Зная все эти факторы можно разработать эффективную систему мотивации для каждого сотрудника.

На сегодняшний день существуют два основных вида мотивации: материальная (базовый оклад, премия) и нематериальная (должность, призвание, статус, карьерный рост, благодарность за проделанную работу). Для определения вида мотивации для сотрудника необходимо знать, какой способ мотивации имеет для него значение: если он «сотрудник-коллективист» и важное значение для него имеет работа в команде, взаимопонимание с коллегами, то его собственные интересы практически напрямую связаны с интересами компании, но если он является «сотрудником-индивидуалистом», то для него важны личные интересы, связанные материальным вознаграждением. В итоге важным моментом является правильное отнесение сотрудника к тому или иному типу сотрудников. От этого будет зависеть выбор эффективного и действенного метода мотивации.

Рассмотрим некоторые особенности мотивации сотрудников в области торговли. Если говорить о нематериальной мотивации касаясь данной отрасли, то ее можно разделить на три группы:

- не требующие денежных вложений со стороны торговой организации;
- требующие инвестиций, распределяющиеся на всех работников торговли;
- требующие инвестиций, распределяющиеся между работниками выборочно.

К первой группе относятся такие виды мотивации, как доска почета (или наоборот лист позора – относится к разряду негативной мотивации), коллективные поздравления с днем рождения, торжественные вручения грамот или кубков «Лучший работник» и т.д.

Ко второй группе можно отнести проезд до работы или с работы за счет организации (например, такси, служебный автобус), питание, медицинское обслуживание, обучение.

К третьей группе относятся оплата мобильного телефона, предоставление путевок на отдых, помощь в устройстве детей работников в детские лагеря, школы, детские сады и т.д.

В нашей стране материальная мотивация имеет более важное значение для сотрудников в торговой отрасли. Получение премии в конце месяца или получение процентов от продаж все же оказывает большее стимулирование, чем любые нематериальные способы.

Из вышесказанного можно выделить некоторые стратегические этапы разработки мотивации в торговой сфере: в первую очередь необходимо выявить потребности

работников торговой организации. Далее разработать методы воздействия, придерживаясь указанной группировки. Следующий этап – это донесение (огласка) информации до работников о существующих методах мотивации в их организации. Затем проводить контроль за реализацией методов и давать им оценку. Если в результате получается положительный эффект, значит, методы мотивации сформированы удачно. Но если эффект отрицательный, необходимо заново провести анализ факторов, оказывающих влияние на мотивацию работников торговли.

В заключении можно сделать вывод о том, что не только для торговли, но и для любой отрасли нет единого способа стимулирования работников, при определенных факторах необходима разработка собственных стратегических этапов мотивации. В торговой отрасли материальное стимулирование имеет большее значение, чем нематериальное, особенно в России, следовательно, на этот фактор нужно делать больший упор [1].

#### **Библиографический список:**

1. Башкатова Ю. И., Каптюхин Р. В., Звягина Л. В. Особенности мотивации персонала в современных корпорациях // Молодой ученый. — 2014. — №6.2. — С. 3-5.

2. Лифанова С.А. Модернизация муниципальной системы образования Новосибирска // Медицина и образование в Сибири. - 2008.- № 1

**Лифанова Светлана Алексеевна**  
**Lifanova Svetlana Alekseevna**

**Егорова Екатерина Константиновна**  
**Egorova Ekaterina Konstantinovna**

Новосибирский Государственный Университет Экономики и Управления, Новосибирск,  
Россия

Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russia

E-mail: [lifatina@yandex.ru](mailto:lifatina@yandex.ru)

УДК 637.523.009.12

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЯСНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ**

### **CURRENT MARKET DEVELOPMENT STRATEGIES SEMI**

**Аннотация:** В данной статье рассмотрены особенности рынка полуфабрикатов, представлены современные тенденции и определены стратегии развития продукта в существующих условиях.

**Abstract:** The features of semi-finished products market, presented current trends and product development strategy defined in the current circumstances.

**Ключевые слова:** рынок полуфабрикатов, тенденции, стратегии, анализ внешней среды, конкуренция.

**Keywords:** semi-finished products market, trends, strategy, analysis of the external environment.

В настоящее время, в условиях мобильности внешней среды, высокой загруженности и дефицита времени, люди все больше проявляют интерес к продукции

быстрого приготовления и полуфабрикатам, среди которых большую долю занимают полуфабрикаты из мяса – охлаждённые и замороженные.

Мясные полуфабрикаты – это продукты из натурального и рубленого мяса и субпродуктов без термической обработки.

- Основными особенностями современного рынка мясных полуфабрикатов являются:
- достаточно обширный круг потребителей: от студентов и пенсионеров до людей со средним и высоким уровнем достатка;
  - высокий и стабильный уровень спроса, где небольшие сезонные колебания приходится на зимние и летние периоды;
  - привлекательность отрасли с точки зрения открытия бизнеса, поэтому данный рынок характеризуется высоким уровнем конкуренции;
  - высокая доля приверженности потребителей продукции местного производства и продукции определенных торговых марок [2,с.34];
  - предоставление потребителям широкого ассортимента полуфабрикатов на любой вкус, например новосибирская продовольственная компания «Алекон» предлагает 83 продукта различных категорий: пельмени, хинкали, манты, вареники, блинчики, котлеты, биточки, тефтели, готовые блюда, тесто, пицца;
  - разные способы производства продукции, возможность машинной и ручной лепки;
  - широкий сбытовой рынок (полуфабрикаты представлены практически во всех гипер- и супермаркетах, магазинах «У дома» и местных рынках);
  - возможность самостоятельного приготовления данных продуктов потребителями.

Таким образом, рынок мясных полуфабрикатов характеризуется как положительными (обширная целевая аудитория, высокий стабильный спрос, производственные возможности и широкий рынок сбыта), так и отрицательными особенностями (высокий уровень конкуренции, приверженность покупателей, наличие товаров-заменителей).

В данной ситуации предприятиям необходимо: анализировать рынок и выявлять новые тенденции, изменять ассортимент выпускаемой продукции, менять упаковку, проводить рекламные акции и дегустации.

Эффективным способом ведения конкурентной борьбы будет являться – стратегия развития продукта на основании современных тенденций, некоторые из которых представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Современные тенденции развития рынка мясных полуфабрикатов

№	Характеристика тенденции	Особенности
1	Растущий спрос на полуфабрикаты из мяса птицы.	Данные остаются наиболее доступной категорией, с учётом не высокой стоимости основного сырья. Их потребление растёт в 2 раза быстрее, чем продуктов из говядины, и в 2,5 раза быстрее, чем из свинины [1].
2	Набирают популярность продукты, требующие короткого времени приготовления от 5 до 15 минут.	Это позволяет экономить время потребителей. Например, Группа Компаний «Продукты Питания» под торговой маркой «Золотой петушок» предлагает потребителям нагетсы, которые до состояния готовности нужно обжарить на сковороде за 5 минут. Или, например, компания Мираторг впервые в России стала производить нежное мясо (ребрышки, шейка, грудинка, окорок) в специальной упаковке, томлёное при температуре 95 °С более двух-трех часов прямо в

		упаковке. Такая технология позволяет потребителям тратить всего 15 минут на приготовление блюда, а мясо остается мягким, сочным и ароматным
3	Год от года все популярней становятся национальные замороженные продукты.	Компании выводят на рынок итальянские равиоли и восточные манты. На российском рынке «прижились» итальянские пицца и лазанья, грузинские хинкали, долма и т. д. Усложняются и рецепты котлет. Появились замороженные гамбургеры, гордон-блю, фишбургеры и др[3].
4	Так же наблюдается переход потребителей с замороженной мясной продукции на охлажденную.	Несмотря на то, что в среднем розничная стоимость охлажденного мяса на 10-15% выше замороженного, рост уровня дохода населения и популяризация концепции здорового питания будут и в дальнейшем формировать стабильный покупательский спрос на охлажденное мясо [4].

Итак, по мнению авторов, производителям рынка мясных полуфабрикатов необходимо делать упор, выбирая стратегию развития продукта, опираясь на современные тенденции развития данного сегмента. Однако этого нельзя достичь без разработки и применения новых технологий обработки продуктов, разработки оригинальной рецептуры и упаковки, расширения ассортимента, решения вопросов хранения и транспортировки товаров.

#### **Библиографический список:**

1. Рынок замороженных полуфабрикатов / IntescoResearchGroup // Москва - 2013. - с. 34.
2. Рынок замороженных мясных полуфабрикатов в России [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.aup.ru/news/2010/07/06/4014.html> (дата обращения 11.12.2016)
3. Перспективы развития отраслевого рынка [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.credinform.ru/en-US/market/watchonepage?pageid=762c98a8-d583-44a1-9748-bfcd09ddb8> (дата обращения 11.12.2016)
4. Анализ рынка полуфабрикатов в России [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22958455> (дата обращения 11.12.2016)

**Лифанова Светлана Алексеевна**  
**Lifanova Svetlana Alekseevna**

**Капуста Анна Сергеевна**  
**Kapusta Anna Sergeevna**

Новосибирский государственный университет экономики и управления, Новосибирск,  
Россия

Новосибирский государственный медицинский университет,  
Новосибирск, Россия. E-mail: [lifatina@yandex.ru](mailto:lifatina@yandex.ru)

УДК 331.101.38

## **ЛОЯЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА И МЕТОДЫ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ**

### **LOYALTY OF PERSONNEL AND METHODS OF HER FORMING**

**Аннотация:** В данной статье рассматривается лояльность персонала в организациях, анализируется ее роль и значение для компаний. Было установлено, что организационная лояльность существенно влияет на успешность компаний. Определено несколько самых важных факторов, способствующих формированию лояльности персонала. В связи с этим были предложены основные факторы формирования лояльности персонала.

**Abstract:** In loyalty of personnel is examined this article in organizations, her role and value are analysed for companies. It was set that organizational loyalty substantially influences on success of companies. A few most important factors assisting forming of loyalty of personnel are certain. The basic factors of forming of loyalty of personnel were offered in this connection

**Ключевые слова:** лояльность, лояльность персонала, формирование, факторы, организация.

**Keywords:** loyalty, loyalty of personnel, forming, factors, organization.

Каждый из нас, вероятно, знаком со словом «лояльность». В современном мире вопросы формирования лояльности персонала являются очень актуальной социально-экономической проблемой, так как зачастую успех компании зависит не только от уровня образования и профессионализма ее сотрудников, но и от отношения каждого работника к общему делу. Лояльность позволяет сотрудникам стать одной сплоченной командой, нацеленной на продолжительное существование, и вызывает ощущение стабильности и надежности [3,с.57].

Существует немало примеров высокой результативности организаций, выбравших приоритетным принцип лояльности. Это, например, такие известные компании, как Rent-A-Car, Vanguard, Harley-Davidson, Dell, Intuit, Cisco и другие [8,с.151]. Таким образом, можно убедиться, что лояльность персонала может существенно повлиять на успешность организаций.

Что же такое «лояльность»? Как она возникла? И чем характеризуются лояльные сотрудники? Предлагаем с этим разобраться.

В энциклопедическом словаре говорится о том, что слово «лояльность» произошло от французского или английского *loyal*, что значит «верный», и имеет несколько значений: «1) верность действующим законам, постановлениям органов власти (иногда только формальная, внешняя); 2) корректное, благожелательное отношение к кому-либо или чему-либо» [9]. Толковый словарь русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой дает следующую трактовку слова «лояльный»: «держатся формально в пределах законности, в пределах благожелательно-нейтрального отношения к кому-, чему-нибудь» [10]. Итак, лояльность можно понимать по-разному. Но ещё больше подходов к определению лояльности существует, когда речь заходит о лояльности сотрудников организации. В современной литературе это понятие может звучать как приверженность, верность, преданность, любовь к организации, надежность, благонадежность, сплоченность, честность, доброжелательность и т.д. [6,с.94].

В.В. Морозов в статье [4, с.56] говорит, что «лояльность сотрудника – это характеристика отношений сотрудника и организации, ее атрибутов, руководителя, персонала, определяющая степень верности сотрудника им».

А в статье [5,с.98] Т.В. Позднякова под лояльностью предлагает понимать «совокупность качеств работника, обусловленных его личными особенностями (внутренние факторы) и параметрами организации (внешние факторы), характеризующих отношение работника к организации и индицируемых через поведенческие признаки, как в текущем периоде, так и в долгосрочной перспективе».

В свою очередь К. Харский считает, что лояльность сотрудника – это способность и готовность смириться с одними требованиями и глубоко принять другие, также это стремление сохранить свое рабочее место и желание сделать свою работу наилучшим образом, это осознанное соблюдение принятых правил и соответствующая требовательность к другим [12].

Авторы придерживаются следующего определения организационной лояльности: организационная лояльность – это характеристика персонала организации, обозначающая его приверженность компании, доброжелательность по отношению к ней, соблюдение корпоративного устава, принятие корпоративной миссии и способов ее достижения.

Однако стоит отметить, что лояльность не всегда употреблялась в этих значениях. Если обратиться к истории возникновения данного термина, то можно увидеть, что в различных странах и разные эпохи люди вкладывали в него иной смысл. Согласно статье [1,с.77], в античное время особое внимание уделяли отношениям между личностью и государством, а интересы коллектива ставились выше личных интересов. Затем в Западной Европе появилась феодальная система отношений, это изменило представления о преданности и сместило акцент с отношений между личностью и государством на



межличностные договорные трудовые отношения. Слово «feudum» (т.е. феоде) родственно со словом «fides» (верность), и в эпоху феодализма лояльным считали того человека, который добросовестно уплачивал подать своему сеньору. В VII-VIII вв. появилась процедура заключения вассального договора между вассалом и его сеньором, но такие договоры часто нарушались. Таким образом, термин «лояльность» в эпоху Средневековья обозначал договорные отношения между вассалом и сеньором и не всегда включал в себя личную преданность.

В эпоху европейского Ренессанса трудовые отношения были переведены из властных в чисто формальные и денежные, появились должностные инструкции и внутренние правила, а свобода отдельного человека и его личные права и интересы ставились выше коллектива. В это время лояльность становится «продуктом экономического обмена», так как главной ценностью, регулирующей поведение человека, становилось «рациональное стремление к законной прибыли в рамках своей профессии», и «труд выступал в качестве инструмента для получения индивидуального вознаграждения» [1, с.78].

В Восточных странах также существовало свое представление о лояльности. Ярким тому доказательством может служить Япония, где развился «культ лояльности», который сохранился вплоть до наших дней. В эпоху Средневековья в Японии существовали самураи (вассалы), готовые пожертвовать и своей жизнью, и жизнью своей семьи ради своего господина. В отличие от Европы, вассальный долг исполнялся из преданности хозяину, а не из личной чести и верности слову. Позднее в Японии стали появляться торговые дома и различные семейные организации, из которых развилась система пожизненного найма рабочих. Таким образом, в восточных странах под «лояльностью» понимали верность и преданность, основанную на моральных ценностях [1, с.79-80].

Можно выделить следующие ключевые признаки лояльного поведения сотрудников: добросовестное выполнение своих обязанностей, стремление сохранить свое рабочее место, отсутствие случаев намеренного нанесения вреда организации, готовность идти на жертвы, отсутствие разделения обязанностей на «свои» и «чужие», заинтересованность в работе, готовность выполнять указания руководства, открытость руководству и отсутствие претензий к нему, готовность к взаимодействию с коллективом [5, с.98], желание повышать профессиональный уровень, наличие инициативы, желание улучшить компанию, принятие ее целей, чувство гордости по отношению к организации [11].

К. Харский выделяет несколько уровней лояльности, причем, каждый последующий обеспечивает более высокую степень вовлеченности и преданности:

1. Лояльность на уровне внешних атрибутов – сотрудники носят фирменную одежду, логотипы компании, пользуются корпоративными товарами с фирменными знаками (например, ручками, блокнотами, календарями и т.д.);

2. Лояльность на уровне поступков, поведения – это следование правилам организации, принятие определенных традиций в компании, девиз сотрудников на данном уровне лояльности таков: «Если у вас что-то принято, то я это, конечно, сделаю»;

3. Лояльность на уровне способностей – человек обладает определенными умениями, он может воспроизводить определенное поведение, у него есть необходимые навыки и стереотипы;

4. Лояльность на уровне убеждений – это максимальный уровень лояльности, которого может достичь большинство людей в течение всей своей жизни, сотрудников с таким уровнем лояльности сложно переманить большей зарплатой, они откажутся вести тайные переговоры, всячески заботятся о благе своей компании, проявляет рвение в работе, он нетерпим к нарушениям правил со стороны других людей, может стать инициатором изменений, если видит в них необходимость, может спорить и отстаивать свою точку зрения, послушен;

5. Лояльность на уровне идентичности – высший уровень лояльности, человек перестает разделять себя и объект лояльности, верность на этом уровне – это нечто само собой разумеющееся [12].

Несомненно, любой организации необходимы лояльные сотрудники. Лояльный персонал может обеспечить компании лидерские позиции на рынке. Такие сотрудники – залог сохранения коммерческих тайн организации. Лояльные сотрудники используют все ресурсы и резервы для эффективной работы, они ответственны, дисциплинированы, быстро адаптируются к изменениям в компании и т.д. Поэтому очень важно приложить усилия для формирования и укрепления организационной лояльности.

Возникает логичный вопрос: как же сформировать лояльность сотрудников в организации? Существует несколько факторов формирования лояльности персонала:

1. Предыдущий опыт. К. Харский пишет, что если человек уже имел положительный опыт лояльности на предыдущем месте работы, то у него будет желание проявлять лояльность и на новом, и наоборот [12]. Поэтому, принимая на работу новых сотрудников, следует выявить степень их лояльности на старом месте работы. Сделать это можно с помощью вопросов о взаимоотношениях с коллегами, о достоинствах и недостатках предыдущего места работы и т.д.

2. Материальное и нематериальное стимулирование. Сотрудники должны видеть, что их вклад в работу непосредственно влияет на рентабельность компании и, как следствие, на размер их премий и других вознаграждений. Здесь эффективно вводить систему бонусов, премии, низкопроцентные кредиты, возмещение затрат на образование, медицинское страхование, корпоративное питание и прочее. К нематериальному стимулированию можно отнести различные социальные пакеты и льготы, корпоративные мероприятия, тренинги и т.д. [7, с.328].

3. Удовлетворенность работой. Сюда можно отнести удовлетворенность условиями работы, трудовым коллективом, руководителем, содержанием работы. Таким образом, организация должна быть заинтересована в создании благоприятной и комфортной обстановки как внутри коллектива, так и на рабочем месте каждого отдельного сотрудника [4, с.58]. Помимо этого компания должна заботиться о том, что персонал четко понимал свои обязанности и знал цели своей деятельности. И, конечно, организационная лояльность во многом зависит от руководителя компании. А.В. Соловейчик в статье [6, с.96-97] пишет: «Преданность возникает при уважении, которое испытывают работники. Если человек вызывает уважение, то другие начинают ему больше доверять». Кроме этого автор статьи говорит о том, что руководитель должен сам соблюдать правила, выполнения которых требует от своих подчиненных, он должен быть настойчивым и целеустремленным, его распоряжения должны быть точными и непротиворечивыми, руководитель также должен обладать умением благодарить сотрудников и быть терпимым.

4. Профессиональный и личный рост и развитие. Компания должна способствовать совершенствованию и развитию своего персонала. Сотрудники всегда хотят иметь возможность добиваться значительных результатов своей деятельности, поэтому, скорее всего, подчиненный не станет с интересом работать на организацию, отдавая ей свои силы, если в дальнейшем за свои достижения не будет поощрен продвижением по служебной лестнице [4, с.58].

5. Принцип обратной связи и учет интересов и потребностей сотрудников. Принцип обратной связи заключается в том, что «сотрудники разного уровня получают возможность донести до руководства свое мнение об эффективности менеджмента и общей политики организации, а также выдвинуть собственные предложения по улучшению ситуации» [7, с.328]. Кроме этого руководству компании необходимо стремиться к максимальному удовлетворению потребностей персонала (например, потребности в безопасности, в которую входят гарантия занятости, социальная защищенность и т.д.) [6, с.96].

6. Чувство гордости и причастности. Каждому человеку свойственно гордиться объектом своей преданности, и если организация не вызывает у сотрудников чувство гордости, то, как следствие, они не обладают лояльностью по отношению к ней. Поэтому одна из задач менеджмента – сделать так, чтобы сотрудникам было чем гордиться. Причем, поводов для гордости можно найти бесчисленное количество, главное – найти то, чем ваша компания существенно отличается от других [12].

Таким образом, авторами выделено несколько самых важных факторов, которые способствуют формированию лояльности персонала. Их можно применять в производственной и непромышленной сферах деятельности. И стоит отметить, что главенствующую роль среди этих факторов играют нематериальные факторы, так как именно они способствуют тому, что сотрудники остаются верны своей организации даже в кризисные периоды.

Каждой компании необходимо всегда помнить о том, что сотрудник не бывает изначально лоялен к ней, лояльность вырабатывается тогда, когда организация доказывает, что достойна этого. Формирование и постоянное поддержание лояльности персонала требует непрерывной работы компании в этом направлении. Конечно, выработка организационной лояльности – это непростой путь, но, тем не менее, это вполне реально для любой компании и даже необходимо для тех организаций, которые нацелены на продолжительное функционирование на рынке.

#### **Библиографический список:**

1. Баранская С.С. Организационная лояльность: культурно-исторический аспект // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2011. №4. С. 76-82.
2. Лифанова С.А. Бенчмаркинг – новое направление развития бизнеса // Медицина и образование в Сибири. 2008. №1. С. 8-13.
3. Малиц Е.М. Лояльность персонала в организации как объект социологического анализа // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2010. Т. 12. №3. С. 57-60.
4. Морозов В.В. Показатели мотивации в формировании лояльности персонала: пример исследования // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: «Психология». 2010. №27 (203). С. 56-62.
5. Позднякова Т.В. Лояльность персонала организаций: анализ теоретико-методологических и методических аспектов // Перспективы науки и образования. 2013. №2. С. 95-103.
6. Соловейчик А.В. Лояльность персонала и факторы, характеризующие организацию // Известия государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2010. №125. С. 93-98.
7. Тропина Р.К. Условия формирования лояльности сотрудников на предприятии // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. Т. 7. №18 (89). С. 327-332.
8. Штырбул С.А. Формирование лояльности персонала (на примере филиала №5543 банка ВТБ24) // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2007. №4. С. 15-152.
9. Большой энциклопедический словарь. – Электронный ресурс. – режим доступа: <http://www.vedu.ru/bigenedic/34951/> (дата обращения: 25.10.2016)
10. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь. – Электронный ресурс. – режим доступа: [http://ozhegov.info/slovar/?q=%D0%9B\\*&pg=37&ind=N](http://ozhegov.info/slovar/?q=%D0%9B*&pg=37&ind=N) (дата обращения: 25.10.2016)
11. Стружанова Е. Лояльность персонала. – Электронный ресурс. – режим доступа: [http://www.treko.ru/show\\_article\\_1385](http://www.treko.ru/show_article_1385) (дата обращения: 28.10.2016)

12. Харский К.В. Благонадежность и лояльность персонала. – Электронный ресурс. – режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/article/loyalnost-personala> (дата обращения: 30.10.2016)

**Ворничес Марина Владимировна**  
**Vorniches Marina Vladimirovna**

студентка кафедры «Экономики и управления предприятиями» 3 курса экономического факультета Воронежского государственного университета

**АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНОВ В УСЛОВИЯХ  
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ**  
**THE ANALYSIS OF THE USE OF BUSINESS PLANS IN THE CONDITIONS OF MODERN  
ECONOMY**

**Аннотация:** В статье рассматривается применение бизнес-планов в условиях современной экономики: структура, специфика, аналоги и оправданность; определяется сущность и целевое назначение бизнес-планов, рассматриваются варианты их составления, происходит анализ действительности, выявляются преимущества и недостатки планов, предлагаются пути минимизации и устранения негативных аспектов. Всё это происходит через использование приёмов методологического аппарата экономики и менеджмента: анализ, синтез, моделирование. В результате проведенного исследования доказана необходимость их создания и применения, предложены пути совершенствования бизнес-планирования. Несмотря на всю сложность составления бизнес-планов, предпринимателям не следует исключать их из сферы своего внимания, так как эти документы являются оправданной необходимостью в условиях современных экономических реалий.

**Annotation:** The article discusses the use of business plans in a modern economy: structure, specifics, analogs and correctness; the essence and purpose of business plans is defined, options of their drawing up are considered, there is an analysis of reality, identifies the advantages and disadvantages of plans, suggests ways to minimize and eliminate the negative aspects. All this occurs through use of receptions of the methodological device of economy and management: analysis, synthesis and modeling. As a result of the conducted research need of their creation and application is proved, ways of improvement of business planning are offered. Despite all complexity of drawing up business plans, businessmen should not exclude them from the sphere of the attention as these documents are justified need for conditions of modern economic realities.

**Ключевые слова:** бизнес-план, бизнес-планирование, современная экономика, предпринимательство, экономическое развитие.

**Keywords:** business plan, business planning, modern economy, business, economic development.

XXI век для мировой экономики можно охарактеризовать словом «свобода»: многие государства стремятся к фритредерству, а не протекционизму, к рыночному или смешанному типу организации экономической системы, а к не к командному.

Но вместе со свободой приходит и ответственность, необходимость брать на себя риски и нести убытки. В связи с чем становятся как никогда актуальными вопросы планирования и прогнозирования. Бизнес-планы становятся не изощрённостью, а необходимой частью экономики предприятия, без которой невозможно найти средства для проекта, привлечь партнёров, получить грант или просто грамотно вести дела фирмы.

И если раньше был упор на бизнес-планы в классической форме, то сейчас некоторые предприниматели стараются отойти от стандартной формы к новым модификациям планов, некоторые продолжают избегать планирования, но поиск инвесторов в конечном итоге вынуждает их к написанию этого документа.

Что же такое бизнес-план?

В одном из определений его характеризуют как документ, в котором описываются все основные аспекты предпринимательской деятельности, анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяются основные способы решения этих проблем [2]

Неудивительно, что документ, описывающий ключевые моменты существования предприятия является комплексным, он представляет собой систему других планов и включает в себя следующие разделы:

- 1) титульный лист,
- 2) резюме,
- 3) описание товара (услуги),
- 4) стратегию маркетинга,
- 5) организационный план,
- 6) план производства,
- 7) финансовый план
- 8) оценку риска и страхование
- 9) приложения [10].

Следовательно, создание такого всеохватывающего документа требует больших затрат времени, высокого уровня профессионализма от составителя, потому что цели его написания имеют не менее серьёзную значимость:

- получения кредита в банке;
- привлечения инвестора или партнера;

- предварительной оценки инвестиционного проекта;
- проведения презентации бизнес-проекта;
- внутрифирменного планирования и т.д.

То есть в большинстве случаев бизнес-план нужен для внешнего взаимодействия: привлечения, партнёров, инвестиций, ресурсов и т.п. Хотя это не значит, что если предприниматель справляется своими силами, то ему не нужен бизнес-план.

Например, Константин Локтев, руководитель отдела проектов маркетингового агентства ROIF Expert отмечает возросшую актуальность бизнес-планирования в кризис как тренд. «В условиях кризиса денежные средства как ресурс, находятся в дефиците, и инвесторы более требовательно относятся к инвестиционным проектам. С началом кризиса я заметил такое явление: все больше инициаторов проектов на этапе предварительной оценки прибегают к услугам профессионалов в сфере бизнес-планирования, – рассказывает он. – В данном случае они стремятся понять, будет ли их проект, в принципе, эффективен и насколько. Дело в том, что до кризиса ситуация была противоположная: инициаторы часто обращались за бизнес-планами уже непосредственно перед подачей документов в банк. До этого, насколько я видел, молодые предприниматели без расчетов были уверены в том, что «дело пойдет». Это касается в основном малого бизнеса» [5].

Правда иногда предприниматели прибегают не только к помощи конкретных специалистов, но и пробуют сделать план самостоятельно, благо сервисов для этого сейчас хватает, например:

- **ВРЕ24** — позволяет самостоятельно выполнить необходимые финансовые расчеты и составить готовый бизнес-план, даже не будучи финансовым специалистом (<https://www.expert-systems.com/financial/bpe/>);
- Бизнес Конструктор (<http://b-konstruktor.com/biznes-plan/>);
- Ведущий портал бизнес-планов, руководств и франшиз (<http://www.openbusiness.ru/bplan/main-bplan.htm>);
- Enloop – сервис на английском языке (<https://enloop.com/>).

Данные модули предлагают не только платное составление индивидуального бизнес-плана, но и дают возможность бесплатно ознакомиться с готовыми примерами. Это очень удобно, а главное экономично для молодого предпринимателя, однако вопрос качества подвергается сомнению. Так как устаревание таких документов происходит сейчас довольно быстро, то понятие «успешного бизнес-плана» здесь всегда будет относиться к какому-то конкретному моменту времени.

Вариант делегирования составления бизнес-плана компании за её пределы не является лучшим решением, если нет тесного сотрудничества на протяжении процесса составления данного документа между заказчиком и исполнителем. Ведь каждый бизнес специфичен, поэтому только специалисты данной компании могут чётко понимать уникальные черты своего предприятия. Идеальным вариантом считается составления бизнес-плана компании группой её сотрудников из различных отделов.

Но если предприниматель всё же решает выносить задачу написания бизнес-плана за её пределы, то необходим тщательный выбор компании - «изготовителя» для этой цели, так как рынок услуг в этой сфере велик и разнообразен, а качественных предложений на нём не так уж много.

В направлении создания нового бизнеса была предложена альтернатива стандартному бизнес-плану. Это бизнес-модель, которую Александр Остервальдер предлагает в своей книге [1].

Как она выглядит можно посмотреть на рисунке 1 и 2.

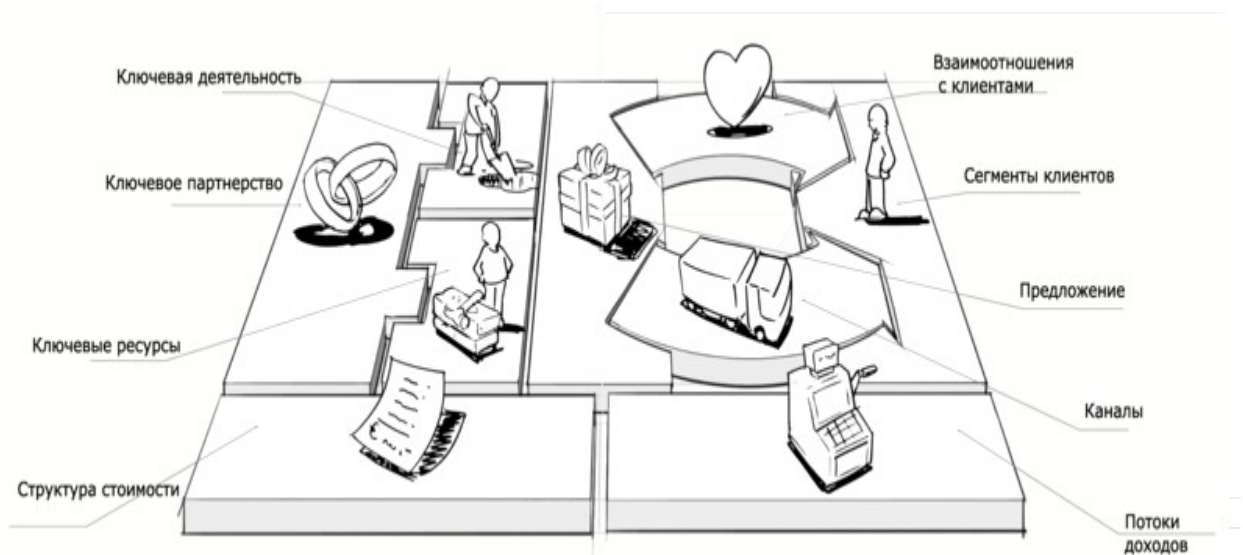
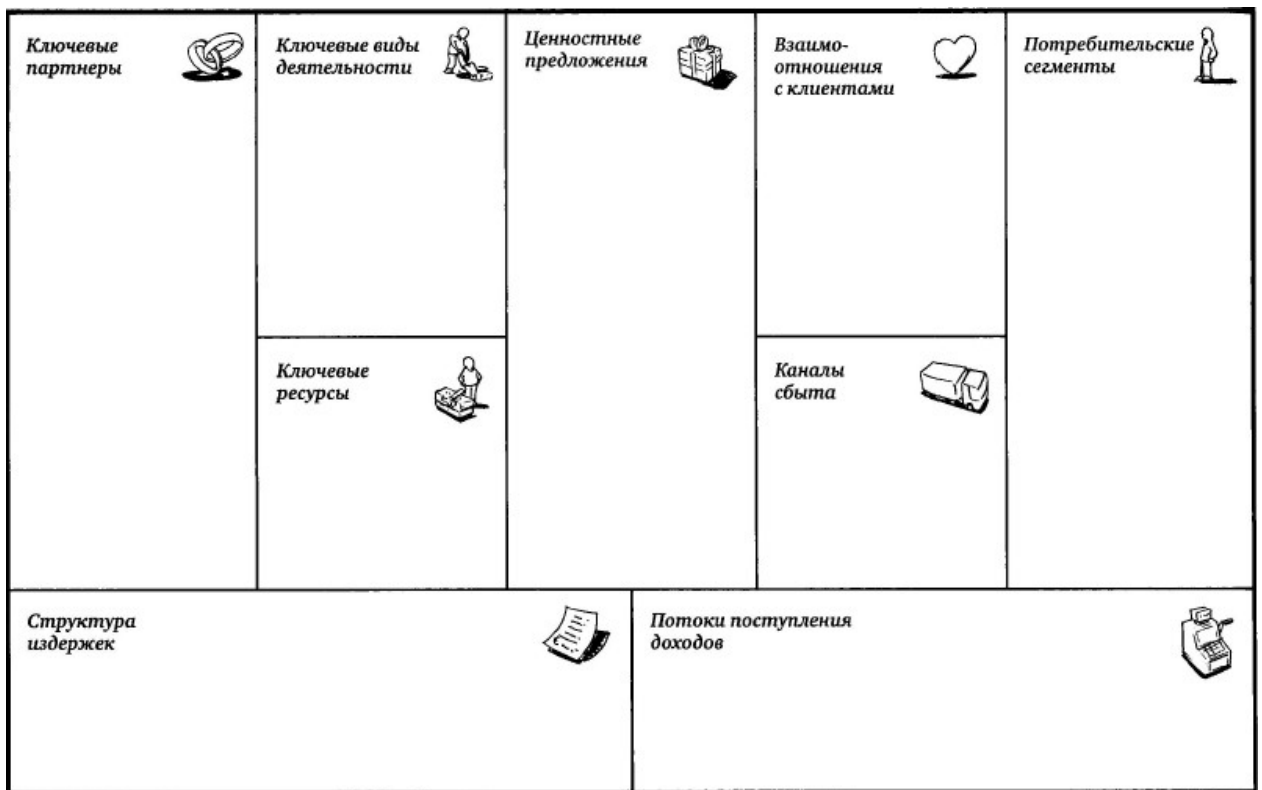


Рисунок 1 – Бизнес-модель Остервельдера в классической форме  
 Рисунок 2 – Бизнес-модель Остервельдера в графической форме

Конечно это не полная альтернатива бизнес-плану, но она имеет значительные преимущества: компактность, структурированность, как следствие, экономия времени и денег инвестора. Ведь к нему постоянно приходят кипы страниц планов, которые изначально заинтересовывают в редких случаях, поэтому дальнейшее ознакомление с планом производится скомкано в прямом или переносном смысле.

Если же этот человек видит модель проекта, представленную в лаконичной форме (рисунок 1), он может сразу увидеть, перспективен или нет данный бизнес и уже далее

запросить расширенный бизнес-план. Такой вариант развития событий позитивен и для потенциального инвестора, и для предпринимателя.

Момент «компактности» может быть условен, так как в печатном формате понадобится лист А3 или больше, однако для презентации или создания сайта он будет графически удобен (особенно в форме рисунка 2), где наведя курсор на соответствующий блок, можно будет получить необходимую информацию.

Таким образом, данная форма не исключает классический бизнес-план, но выгодно его дополняет, к тому же если молодой предприниматель просчитывает целесообразность начала своего дела, то эта форма поможет ему.

В некоторых случаях запрашивают альтернативу бизнес-плана, так как такой документ не обладает абсолютной полнотой компетенции для решения всех задач планирования, в подобных ситуациях у составителя бизнес-плана могут запросить технико-экономическое обоснование (ТЭО). Тогда возникнет вопрос, в чём же отличия этих форм документов?

Ответ вытекает из таблицы 1.

Таблица 1 – Различие ТЭО и бизнес-плана

<b>Параметр</b>	<b>Технико-экономическое обоснование</b>	<b>Бизнес-план</b>
<b>Выполняемые задачи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сопоставление инвестиционных и технических характеристик проекта</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Поиск источников дополнительного финансирования</li> <li>• Всесторонняя оценка бизнес-проекта</li> <li>• Установление коммуникаций с заинтересованными сторонами</li> </ul>
<b>Потенциальный читатель</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Руководство</li> <li>• Собственники предприятия</li> <li>• Ключевой технический персонал</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Банки</li> <li>• Венчурные фонды</li> <li>• Бизнес-ангелы</li> <li>• Собственники</li> <li>• Партнеры</li> </ul>
<b>Типовая структура</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• общие сведения о проекте</li> <li>• коммерческая целесообразность проекта</li> <li>• структура и статьи затрат, связанных с проектом</li> <li>• производственные возможности/план проекта</li> <li>• потребность в финансировании</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Концепция, обзор, резюме.</li> <li>• Описание базового предприятия.</li> <li>• Описание продукта.</li> <li>• Анализ рынка, маркетинг и продажи.</li> <li>• План производства.</li> <li>• Организационный план.</li> <li>• Окружение и нормативная информация.</li> <li>• Финансовый план.</li> <li>• Риски проекта и их минимизации.</li> <li>• Календарный план реализации проекта</li> </ul>
<b>В каких ситуациях может понадобиться?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Закупка новых автоматизированных кофе-машин</li> <li>• Обновление программного обеспечения сборочной линии</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Открытие новой парикмахерской бизнес-формата</li> <li>• Организация завода по производству обуви в Китае</li> <li>• Открытие нового мебельного магазина, специализирующегося на мебели из взаимозаменяемых цветных</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработка нового механизма подачи листовых материалов для раскроя</li> <li>• Использование нового типа водостойких чернил для широкоформатных принтеров</li> </ul>	модулей <ul style="list-style-type: none"> <li>• Организация сети кафе-ресторанов с изменяющимся интерьером и меню</li> <li>• Открытие нового сверхбюджетного продуктового магазина шаговой доступности</li> <li>• Продолжение таблицы 1</li> </ul>
--	--	---

То есть бизнес-план представляет собой программу действий по реализации целых бизнес - проектов, находящихся в постоянном взаимодействии с внешней средой.

ТЭО является несколько более локализованной версией бизнес-плана. Основная задача ТЭО – оценка и описание экономической целесообразности проекта, который будет реализован в пределах одного предприятия (что и может в итоге потребовать разработки отдельного бизнес-плана) [6]. Как мы видим, данные документы во многих случаях являются практически идентичными.

Да и как бы ни осуждали планирование за его частую неточность, без него нет движения, развития, а вот аспекты сроков и формы бизнес-плана – это отдельные вопросы, для ответа на которые рассмотрим пример реального бизнес-плана.

На сайте [www.forbes.ru](http://www.forbes.ru) был опубликован реальный бизнес-план нижегородской компании «Синкор» [3], его разрабатывала инвестиционно - консалтинговая компания «Марчмонт капитал партнерс», созданная в 2005 году в городе Сарасота (США). Центральный офис ее российского представительства находится в Нижнем Новгороде.

Один из инициаторов составления бизнес-плана — Олег Зайцев, глава компании «Автокомпонент», основного потребителя продукции «Сикора». «Проведенный при разработке бизнес-плана анализ рисков помогает нам менее болезненно преодолевать последствия форс-мажорных обстоятельств», — подтверждает Зайцев [3].

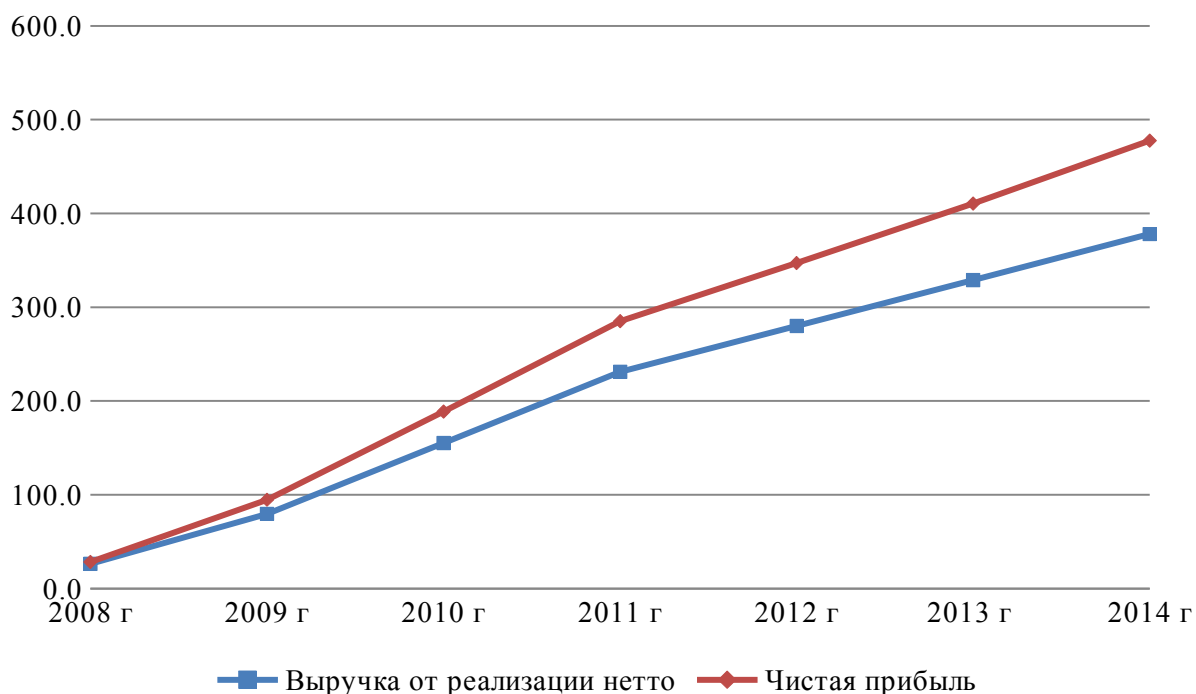
Итак, выделим преимущества и недостатки данного бизнес-плана для проекта по расширению производства зеркальных элементов для наружных автомобильных зеркал заднего вида.

Учитывая классическое содержание бизнес-плана, его объём вполне оправдан

Резюме информативно отражает основные моменты проекта, что весьма важно, так как, не заинтересовав заказчика в начале, можно уже не сделать это на протяжении 90 следующих страниц.

Спорным становится оптимизм этого раздела: ключевые финансовые показатели растут по восходящей кривой (рисунок 4), что в большинстве случаев не соответствует реалиям современной экономики, далее эта динамика объясняется теорией и косвенным влиянием различных субъектов данной сферы экономики, но чётких расчётов числовых показателей в плане нет. Для целей удовлетворения информационных потребностей клиентов «Сикора» этого может быть достаточно, но в случае предоставления плана кредиторам или инвесторам необходимо обоснованность каждой цифры, так как это поможет убедить их в реалистичности проекта и его рентабельности.

Рисунок 4 – Динамика выручки и чистой прибыли в резюме бизнес-плана проекта компании «Синкор» за 2008-2014 гг.



Разделы со второго по седьмой являются довольно профессиональными. Самым неустойчивым в данном бизнес-плане является 8 раздел под названием «Риски проекта и планируемые меры по их предупреждению (устранению)».

В целом, в данном разделе проработаны основные рисковые ситуации. В существующих условиях экономики предусмотрительно было сделать для основного заказчика цены в евро, а расходы в рублях, учитывая динамичный рост евро. Компания могла бы значительно проиграть от падения курса рубля. Однако при резком падении курса рубля партнёры могли бы потребовать изменения условий соглашений или их разрыв.

Также план не придаёт должного значения и внешнеполитической обстановке. Как известно, с 2014 года между Россией Европой, США, Украиной отношения стали обостряться на фоне политических разногласий и, как следствие, экономических санкций, с конца 2015 года стали неоднозначными отношения с Турцией, таких примеров ещё много, но данный бизнес-план составлен до 2014 года. В это же время набирает обороты новая волна экономического кризиса.

Перечисленные события напрямую могут повлиять на успешную реализацию данного проекта, так как появляется сразу несколько сценариев на автомобильном рынке и сопутствующих товаров: спад автомобильного производства, невозможность выйти на рынки США, Европы и т.д.

План прорабатывает оптимистический, реалистический и консервативный сценарии, однако ни в одном из них не предусмотрен вариант отказа от европейского рынка, его преимуществом в отношении событий последующих лет является отказ от рынка Украины, то есть предполагается ориентация только на рынки России и Европы.

На каждой стадии анализа инвестиционной идеи необходимо анализировать возможные риски. Риски, не поддающиеся анализу, необходимо учесть в ставке дисконтирования, а прогнозируемые риски оценить с точки зрения влияния на реализацию проекта [8].

Также не лишним в отношении профилактики рисков, принадлежащих к группе неконтролируемых, было бы рассмотреть финансовые методы страхования, создания денежных резервов и смежного инвестирования, а также организационно создавать электронные версии всех важных документов на каком-либо резервном хранилище.

Как итог, данный план можно охарактеризовать как профессиональный и обоснованный, но охват временного отрезка слишком большой в условиях динамичности современной экономики. Возможность и необходимость долгосрочного планирования не отвергается, однако первоочередной задачей являются планы на месяц, квартал, год.

Герман Греф в одном из своих интервью отметил: «Изменения — признак сегодняшнего дня, поэтому горизонт планирования должен быть самым длинным. Нельзя жить мыслями об одном или даже трех-пяти годах — при таком горизонте часто кажется, что все хорошо и ничего делать не надо. Например, Сбербанк сегодня один из самых технологичных и эффективных банков в мире, но в перспективе десяти лет — абсолютно неконкурентоспособен» [4].

И тут опять же следует понимать, что подразумевать под таким планированием: скрупулезный расчет финансовых показателей с точностью до десятых или разработку основных моментов стратегии компании, если второе, то можно согласиться с председателем правления Сбербанка России. Но опять же нужно делать «скидку» на сферу применения: некоторые отрасли являются стабильными, а другие — не поддаются планирования даже на год.

Также недостатком не только этого бизнес-плана является пренебрежение учётом инфляции при планировании. Инфляция на период действия данного бизнес-плана представлена в таблице 2.

Следует отметить, что прогнозирование темпов инфляции представляет собой довольно сложный и трудоемкий вероятностный процесс, в значительной степени подверженный влиянию субъективных факторов. Поэтому в практике финансового менеджмента может быть использован более простой способ учета фактора инфляции.

В этих целях стоимость денежных средств при их последующем наращении или размер необходимого дохода при последующем его дисконтировании пересчитывается заранее из национальной валюты в одну из «сильных» (т.е. в наименьшей степени подверженных инфляции) свободно конвертируемых валют по курсу на момент проведения расчетов.

Процесс наращивания или дисконтирования стоимости осуществляется затем по реальной процентной ставке (минимальной реальной норме прибыли на капитал). Такой способ оценки настоящей или будущей стоимости необходимого дохода позволяет вообще исключить из ее расчетов фактор инфляции внутри страны [9].

Таблица 2 – Инфляция, рассчитываемая на основе индексов потребительских цен, публикуемых Федеральной службой государственной статистики [7]

Год	Инфляция
2015	12,91
2014	11,36
2013	6,45
2012	6,58
2011	6,10
2010	8,78
2009	8,80
2008	13,28

Данный же бизнес-план не содержит в себе никаких упоминаний об учёте реальной инфляции 2008 года или же её прогнозируемых значений.

Конечно, каждый предприниматель идёт на риск, открывая своё дело, бизнес и риск – это неизменные спутники, но их следует минимизировать и проводить превентивные меры. Хотя сейчас и разрастается сфера инновационных проектов в области ИТ, где степень рисков значительно выше, чем во всех остальных и учесть их значительно сложнее. Но это ведь не означает, что с рисками нужно мириться, тем более вовсе не учитывать их.

На тему бизнес-планирования можно рассуждать бесконечно, но в какой-то момент нужно остановиться и просто понять, что планирование необходимо, а вот его специфика определяется самостоятельно инициатором, согласно имеющимся реалиям.

Можно написать сколь угодно гениальный бизнес-план, но он так и останется красивой сказкой, если не претворять его в экономическую действительность предприятия, если не корректировать его, если сделать его один раз на 5 лет и слепо руководствоваться им.

Да и не следует делегировать его составление на сторону или пользоваться готовыми шаблонами особенно, если ваша организация уже не является малой фирмой. Необходимо развивать систему планирования в стенах своего предприятия, нанимая специализированный персонал и адаптируя их или же обучая собственных сотрудников, расширять сферу их ведения, так как им будет ближе специфика вашего бизнеса.

Современные экономические реалии могут модифицировать процесс создания бизнес-плана, его форму и содержание, но исключить бизнес-планирование из сферы существования предприятий и организаций они не позволяют, а скорее наоборот: стимулируют его использование на практике.

#### **Библиографический список:**

1. Александр Остервальдер, Ив Пинье. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора.-М.:Альпина Паблишер, 2013. – С. 288.
2. Бизнес-план предприятия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0057/> (Дата обращения 11.02.2017).
3. Бизнес-план производителя автозеркал. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: [http://www.forbes.ru/article/40519-kak-v-zerkale?utm\\_source=nextclick&utm\\_campaign=addtraffic&utm\\_content=1](http://www.forbes.ru/article/40519-kak-v-zerkale?utm_source=nextclick&utm_campaign=addtraffic&utm_content=1) (Дата обращения 11.02.2017).
4. Герман Греф: «Русский стиль менеджмента неэффективен, но результативен». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://hrm.ru/german-gref-russkijj-stil-menedzhmenta-neeheffektiven-no-rezultativen> (Дата обращения 11.02.2017).
5. Для чего нужен бизнес-план. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: [http://smallbusiness.ru/start/biz\\_plan/71/](http://smallbusiness.ru/start/biz_plan/71/) (Дата обращения 11.02.2017).
6. Специфика ТЭО. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: [http://www.astrar.ru/channel\\_6.php?NSCH=7](http://www.astrar.ru/channel_6.php?NSCH=7) (Дата обращения 11.02.2017).
7. Таблица инфляции. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: [http://уровень-инфляции.рф/таблица\\_инфляции.aspx](http://уровень-инфляции.рф/таблица_инфляции.aspx) (Дата обращения 11.02.2017).
8. Топ-5 основных ошибок при разработке (составлении) бизнес-плана предприятия (инвестиционного проекта) . – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.g-k-h.ru/directory/publications/156/6501/> (Дата обращения 11.02.2017).
9. Учет инфляции в бизнес-планировании и при проведении финансовых операций. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://bishelp.ru/svoe-delo/uchet>

influyacii-v-biznes-planirovanii-i-pri-provedenii-finansovyh-operaciy (Дата обращения 11.02.2017).

10. Экономика и организация производства: учебное пособие/ [под ред. Ю.И. Трещевского, Л.П. Пидоймо]. – Воронеж: ВГПУ, 2010. – С. 356.

Научное издание

Коллектив авторов

Сборник статей IX Международной научной конференции «Современная экономика»

Журнал об экономических науках «Бенефициар»  
Кемерово 2017